

Satu Puntti

# Hakukoneoptimointi kauneushoitolan www-sivuille

Case: Lähde-Spring

---

Metropolia Ammattikorkeakoulu

Medianomi (AMK)

Viestinnän koulutusohjelma

Opinnäytetyö

12.5.2015

Tekijä Otsikko	Satu Puntti Hakukoneoptimointi kauneushoitolan www-sivuille
Sivumäärä Aika	40 sivua 12.5.2015
Tutkinto	Medianomi (AMK)
Koulutusohjelma	Viestinnän koulutusohjelma
Suuntautumisvaihtoehto	Graafinen suunnittelu
Ohjaaja	Lehtori Arja Vuorio
<p>Opinnäytetyön tavoitteena on selvittää, miten hakukoneoptimointi toimii. Käytännön osuudessa kehitettiin kauneushoitola Lähde-Springin www-sivustoa niin, että sivuston hakukoneissa sijoittautuminen paransi. Olen myös aiemmin suunnitellut Lähde-Springin www-sivujen ulkoasun ja 2014 tehdyn ulkoasu-uudistuksen. Keskityin lähinnä Googleen, koska se on Suomessa eniten käytetty hakukone. Työssä lähteinä käytettiin alan kirjallisuutta ja tuoreimpia internet-artikkeleita. Googlen luoma ohjeistus hakukoneoptimoinnista oli olennainen tiedonlähde juuri siksi, että Google on hallitseva hakukone.</p> <p>Työ toteutettiin optimoimalla asiakkaan sivustoa teknisestä näkökulmasta ja sisältöä hioen, sillä sivujen sisällöllä on suuri merkitys hakukonesijoituksen kannalta. Lähde-Springin sivuston sisältöä muokattiin niin, että otsikoihin ja title-tageihin sisällytettiin tärkeitä hakusanoja. Hakukoneet peilaavat käyttäjien etsimiä tietoja ja pyrkivät tarjoamaan relevantteja sivustoja. Hakukoneoptimointi on kokonaisvaltainen toimenpide, joka vaatii sisällön ja teknisen optimoinnin saumatonta yhteistyötä.</p> <p>Hakukoneoptimointi kannattaa aloittaa jo sivuja suunniteltaessa, jotta rakenne toimisi mahdollisimman hyvin hakukoneen näkökulmasta. Osa hyvää suunnittelua on sisällön miettiminen käyttäjäystävälliseksi. Selkeä ja hyvin otsikoitu sivusto löytyy paremmin Googlestä ja kerää kävijöitä sivustolle. Mitä enemmän klikkauksia sivut keräävät hakukoneista, sitä paremmin ne sijoittuvat hakukoneiden tuloksissa.</p> <p>Opinnäytetyössä saatuja tuloksia voidaan hyödyntää jatkossa hakukoneoptimointiprojekteissa. Olen keskittynyt kestävään hakukoneoptimointiin, jotta hakukoneiden mahdolliset algoritmipäivitykset eivät laske sivuston sijoitusta hakutuloksissa. Hakukoneystävällisen sivuston ylläpito vaatii kuitenkin jatkuvaa sivuston kehitystä. Se on enemmän prosessi kuin projekti.</p>	
Avainsanat	Hakukoneoptimointi, hakukoneystävällisyys, hakukoneet

Author Title	Satu Puntti Search Engine Optimization on the Website of a Beauty Salon
Number of Pages Date	40 pages 12 May 2015
Degree	Bachelor of Arts
Degree Programme	Media
Specialization Option	Graphic Design
Supervisor	Arja Vuorio, Senior Lecturer
<p>The main purpose of this final project was to gain an insight into how search engine optimization (SEO) works. The project involved the improvement of <a href="http://www.lahdespring.fi">www.lahdespring.fi</a> web pages so that Google would index them better. I designed Lähde-Spring's website in 2012 and in 2014, I redesigned it. My main point of interest is Google, because it is the most used search engine in Finland. My study is based on literature and recently published internet articles. For example, Google's SEO guidelines was an important source.</p> <p>The optimization of my client's web pages was performed by altering the HTML code and changing the page content, because the content of the website is important for search engines. The content of Lähde-Spring's pages was improved by adding keywords to title tags and headlines. Better relevance means better ranking. Search engines index the information that the users have searched, and strive to provide relevant search results. Search engine optimization is a comprehensive process, which demands relevant content and wisely performed technical optimization.</p> <p>The best results are achieved, when optimization is started at the same time as a new website is designed. This way, the page structure serves the search engine in the most optimal way. Good planning involves paying attention to the users' needs. Clearly structured pages with informative headlines will rank better in Google and will lead customers to your web pages. An increased number of clicks on your web pages will further improve the site's ranking in Google.</p> <p>The results of this study can be used in starting a new optimization project. I have used sustainable optimization, which will last long even if Google changed part of its algorithms. Maintenance of SE friendly pages requires constant development. It is a process rather than a project.</p>	
Keywords	search engine optimization, SEO, search engine friendly, search engine

## Sisällys

1	Johdanto	1
2	Case: Lähde-Spring ja toimeksianto	2
3	Hakukoneoptimointi	3
3.1	Sivujen indeksointi hakukoneissa	4
3.2	Sisältö – hakukoneoptimoinnin tärkein väline	6
3.3	Parempi näkyvyys hakukoneissa	7
4	Sisältö	9
4.1	Sivun koko ja sisältö	10
4.2	Sivun optimaalinen sisältö	13
4.3	Sivun sisällön optimointi	13
4.4	Kuvasisältö	14
4.5	Tekstipohjainen selain ja sivujen sisältö	15
5	Hakukoneoptimointi käytännössä	19
5.1	Sivun otsikko eli title-tunniste	20
5.2	Metatiedot	22
5.3	Sivun kuvaus eli description-määrite	23
6	Avainsanat	25
6.1	Avainsanojen valitseminen	25
6.2	Avainsanojen sijoittaminen	28
7	Sivun osoite eli URL-määrite ja sijainti	28
7.1	Helposti luettavat URL-osoitteet	31
7.2	URL-osoitteet ja niiden sisältämät hakusanat hakutuloksissa	32
7.3	Yksinkertainen hakemistorakenne	33
8	Navigointi	33
8.1	Navigaatio näkyvässä muodossa	34
8.2	Navigaatio sivuston mukaan	34
9	Linkit	36
9.1	Sisään tulevat linkit	36

9.2	Ulos lähtevät linkit	36
9.3	Sivuston sisäiset linkit	37
10	Johtopäätökset	37
	Lähteet	39

## 1 Johdanto

Hakukoneoptimointi eli SEO (Search Engine Optimization) on toimintaa, jolla pyritään saamaan internetsivut nousemaan hakukoneiden tuloksissa mahdollisimman lähelle ensimmäistä sijaa. Tämä käsittää useita eri toimintoja, jotka edesauttavat sijoittumisessa. Tärkeimmäksi tekijäksi nousee kuitenkin sivuston sisältö, sillä ilman laadukasta ja halutulle kohderyhmälle suunnattua sisältöä sijoituksella ei ole suurtakaan arvoa.

Tässä lopputyössä keskitytään hakukoneoptimointiin Googlen kannalta, sillä se on suosituin hakukone Suomessa. Toki samat lainalaisuudet toimivat myös muissa hakukoneissa. Google muuntaa kriteerejään ja pitää mustaa listaa sivuista, jotka toimivat vääristävästi hakuja parantaakseen. Siksi on tärkeää käyttää vain yleisesti Googlen hyväksymiä ns. rehtejä optimointeja. Mustalta listalta on vaikea päästä takaisin hyväksytyjen sivujen joukkoon.

Lopputyöni tavoitteena on tutkia, mitkä toiminnot edesauttavat hakukonesijoitusten paranemista. Tutkimusongelmana selvitin, mitkä kriteerit vaikuttavat hakukonesijoittumiseen ja miten voi pysyä saavutetulla sijoituksella tai parantaa sitä. Tutkimus on kvalitatiivinen eli laadullinen. Tällä tarkoitan hakukoneoptimoinnin merkityksen selvittämistä sekä kokonaisvaltaisen ja syvemmän käsityksen hankkimista optimoinnista prosessina. Tutkimusosuus perustuu alan kirjallisuuteen, internetlähteisiin ja havainnointiin. Analysoin Googlen käyttäytymistä perustuen optimoinnin tuloksiin. Olen käyttänyt lopputyössäni mm. internetistä ladattavaa Google SEO -opasta, koska se sisältää hyvää ja ajantasaista tietoa optimoinnista eikä vanhene niin nopeasti kuin painetut kirjat. Mielestäni aiheen kannalta myös internetlähteet ovat olennaisia ja perusteltuja.

Toiminnallisena osuutena suoritin Kauneushoitola Lähde-Springin www-sivujen optimoinnin keväällä 2014. Vaikka sivut ovat kohtalaisen suppeat, niin niissä pystyi hyvin toteuttamaan optimoinnin. Sivujen sijoitus Googlessa parani toimenpiteiden jälkeen.

Käytän näitä toimintoja referenssinä esitellessäni hakukoneoptimointia tässä lopputyössäni.

Olen aiemmin suorittanut Karitma Oy:n ([www.karitma.fi](http://www.karitma.fi)) sivuston optimoinnin vuonna 2011. Silloiset sivut eivät löytyneet Googlestakaan kuin vasta 30. sivulta tai heikommin. Optimoinnin tuloksena sivut nousivat parhaimmillaan ensimmäiselle Googlen sivulle, mikä oli hyvä saavutus, sillä laminaatti ja sen sanan johdannaiset ovat kovin kilpailtuja hakusanoja Googlessa.

Lähde-Springin ([www.lahdespring.fi](http://www.lahdespring.fi)) sivuston sijoituskehitys oli vastaavanlainen. Kauneushoitoloita on Helsingissä runsaasti, joten parhaan tuloksen hakukoneet antavat etsittäessä sijainnin mukaan, kun hakukenttään lisää sanan Hakaniemi. Hakukoneoptimointi onnistui toivotusti Lähde-Springinkin kohdalla.

## **2 Case: Lähde-Spring ja toimeksianto**

Lähde-Spring on vuonna 2012 perustettu kauneushoitola. Se sijaitsee Hakaniemessä Kolmannella linjalla. Kilpailu hakukonenäkyvyydestä on suuri kauneushoitola-alalla. Lähde-Spring halusi erottua tuloksissa ja saada näin parempaa näkyvyyttä yritykselleen. Luotiin strategia, jonka toteutin. Nyt Lähde-Spring näkyy hakusanoista riippuen Googlen ensimmäisellä tai toisella sivulla. Voimmekin sanoa, että panostaminen kannatti.

Syksyllä 2013 sain toimeksiannoksi tehdä Lähde-Springin hakukoneoptimoinnin. Lähde-Spring halusi parantaa näkyvyyttään hakukoneissa. Tapasin asiakkaan ja kävimme läpi sivujen sen hetken tilannetta. Sivut ovat todella asiapitoiset, ja ne kuvaavat kauneushoitolan tarjoamia palveluja. Sivun rakenne oli selkeä. Päätimme keskittyä avainsanoihin, joiden toivoimme nostavan löydettävyyttä Googlessa. Sovimme, että asiakas lähettää minulle hakusanaluettelon. Sovimme myös, että kävisin sivujen rakennetta tarkemmin läpi. Hakukoneoptimointi voi siis alkaa.

Aloitin työn tutkimalla, miten sivut saataisiin nousemaan paremmille sijoituksille hakukoneissa. Ensin perehdyin hakukoneiden käyttäytymiseen, ja tältä pohjalta suunnittelin toimenpiteet Lähde-Springille. Ensin analysoin Lähde-Springin sivut, minkä avulla päätin parannusstrategian. Sivut sisältävät paljon tekstiä, mikä on hyvä hakukoneiden kannalta. Kävimme asiakkaan kanssa yhdessä läpi toivotut hakusanat ja suunnittelemani sisällönmuutokset.

### **3 Hakukoneoptimointi**

Hakukoneoptimoinnilla tarkoitetaan sivuston muokkausta sellaiseksi, että se tavoittaa hakukoneiden kautta mahdollisimman hyvin toivotut käyttäjät. Hakukoneiden hakutulokset ja tulosten järjestys on monimutkaisen prosessin aikaansaannos. Erilaiset hakualgoritmit muuttuvat jatkuvasti, mutta selkeät ja toimivat verkkosivut pysyvät relevantissa hauissa tulosten kärkipäässä. (Hakukoneoptimointiopus.com, 2014.) Algoritmillla tarkoitetaan mitä vain askel-askeleelta toteutettavaa toimintosarjaa ongelman ratkaisemiseksi. Hakukoneoptimoinnissa algoritmi on yhtälö, jota hakukoneet käyttävät määrittääkseen sivujen sijoituksen hakutulossivuillaan. (Grappone & Couzin 2011, 389.)

Kun halutaan sivuston tavoittavan sille asetetun kohderyhmän, kannattaa panostaa hakukoneoptimointiin. Hakutuloksien kolme ensimmäistä tulosta ovat tavoittelemisen arvoiset, sillä ne keräävät yli puolet kaikesta liikenteestä. (Hakukoneoptimointiopus.com, 2014.)

Google on johtava hakukone. Heinäkuussa 2011 Googlen osuus hakukoneista oli 65,1% USA:ssa. Monissa Euroopan maissa Googlen osuus oli vielä suurempi. (comScore, Engen, Spencerin, Stricchiolan & Fishkinin 2012, 2 mukaan.) Suomessa vuonna 2014 Googlea käytettiin hakukoneena 96,07-prosenttisesti (StatCounter 2014). Kaikkialla Google ei kuitenkaan dominoi: esimerkiksi Kiinassa Baidu on johtava hakukone (Enge ym. 2012, 2).



Kuukausittain tehdään 158 miljardia hakua maailmanlaajuisesti. Päivittäin tehdään keskimäärin 5,2 miljardia hakua. Tämä tarkoittaa noin 61 000 hakua jokaikinen sekunti. Käyttäjät odottavat saavansa vastauksen haulleen alle sekunnissa. (comScore, Engen ym. 2012, 1 mukaan.) Google ilmoitti vuonna 2008, että se tuntee yli biljoona internet-sivua. Hakukoneiden käyttäytymistä ajateltaessa onkin tärkeää ymmärtää, että spiderit (tai crawlerit), jotka haravoivat maailmanlaajuisesti nettisivuja ovat vain ohjelmia (spider tai crawler = automaattinen robotti). Ne eivät kykene samaan kuin ihmisaivot. Ohjelmat ovat vain yhtä hyviä kuin niiden algoritmit ovat. Vaikka algoritmit käyttävätkin keinoälyä, eivät ne silti vedä vertoja ihmismielelle. Tietokoneohjelma ei pysty analysoimaan kaikkea dataa, kuten videoita ja kuvia, mutta ihminen taas pystyy. (Engen ym. 2012, 25.) Tosin hakukoneita voidaan koodaamalla auttaa indeksoimaan esimerkiksi kuvia, kuten kerron myöhemmin opinnäytetyössäni. Hakukoneet näkevät sivut pelkistetyksi tekstinä, toisin sanoen HTML-koodina.

Algoritmit muuttuvat tiheässä tahdissa. Perusasiat ovat kuitenkin samat ajasta toiseen. Hakukoneet lukevat lähinnä tekstiä, joten kuvien sijaan tulee käyttää tekstilinkkejä ja kullekin sivulle tulee olla staattinen linkki. Sivuston rakenteen myös linkkitasolla ja kansioittain tulee olla selkeä ja kansioden sekä sivujen kuvaavasti nimetyt. Kehyksiä ei kannata käyttää. Avainsanoja ei tule liiaksi käyttää sisällössä, sillä hakukoneet voivat rangaista ylioptimoinnista. Kokemusperäisenä nyrkkisääntönä voidaan pitää, että noin viisi prosenttia leipätekstistä voi olla haluttuja avainsanoja. On myös tärkeää käyttää avainsanojen synonyymeja. (Hakukoneoptimointiopas.com, 2014.)

### 3.1 Sivujen indeksointi hakukoneissa

Tarjotakseen parhaan mahdollisen hakutuloksen hakukoneen on tutkittava kaikki tarjolla olevat internet-sivut ja valittava niistä parhaiten hakua vastaavat sivut. Hakukoneet aloittavat operaation tutkimalla hyvin laadukkaiksi tunnettuja web-sivuja ja sitten ne vierailevat niihin linkittyvillä muilla sivustoilla. Linkitysten olemassa olo internetissä liittyy yhteen web-sivuja. Linkkien välityksellä hakukoneiden automatisoidut robotit

(spiderit tai crawlerit) voivat tavoittaa miljardeja toisiinsa linkitettyjä sivustoja. Esimerkiksi jos lähtösivuna on Yhdysvaltain hallituksen sivusto ([www.usa.gov](http://www.usa.gov)), hakukone lataa ja analysoi ensin tämän sivuston. Sitten se lataa ja analysoi kaikki sivustot, joihin tältä sivustolta linkitetään. Tämänkaltaisen prosessi toistuu yhä uudelleen, kunnes hakuprosessi on viety loppuun. Hakujen suorittaminen on siis hyvin monimutkaista, sillä onhan internet laaja ja monimutkainen verkosto sivuja. (Enge ym. 2012, 33-39.)

Hakukoneet eivät kuitenkaan pyri haravoimaan koko internetiä päivittäin, vaan ne päättävät olla tutkimatta sivuja, joita pitävät vähäpätöisinä. Kun hakukoneet ovat löytäneet sivun, niiden seuraava toiminta on jäsentää sivuston koodi ja varastoida se tietokantoihinsa (massiiviseen ryhmään kovalevyjä) tulevia hakijoiden kyselyjä varten. Ensimmäinen askel tässä prosessissa on luoda ns. sanakirja termeistä. Näin syntyy massiivinen tietokanta, joka kategorisoi kaikki merkittävät termit kaikilta maailman sivuilta, jotka hakukone on läpikäynyt. Myös paljon muuta tietoa varastoituu tietokantaan, kuten kartasto sivujen keskinäisistä linkityksistä, tekstit, joista linkitys lähtee (anchor text), se onko linkki mainos ja paljon muuta olennaista. (Enge ym. 2012, 33-39.)

Pystyäkseen hallinnoimaan informaatiota miljardeista tai jopa biljoonista verkkosivuista sekunnin sadasosissa vaativat hakukoneet massiivisia konesaleja. Hakukoneet aloittavat operaation tutkimalla luotettuja sivustoja. Näiden kautta hakukone pystyy arvioimaan muiden sivujen luotettavuutta, joihin se törmää indeksoinnin aikana. Lopulliseen hakutulokseen vaikuttavat luokiteltujen sivustojen merkitys ja tärkeys. Hakukoneet tarjoavat niitä sivuja, joiden se uskoo vastaavan hakua parhaiten. Tärkeyttä ja merkitystä ei arvioida manuaalisesti, sillä se vaatisi koko ihmiskunnan loputtoman työpanoksen, vaan jyvät erotetaan akanoista matemaattisten yhtälöiden, algoritmien avulla. (Enge ym. 2012, 33-39.)

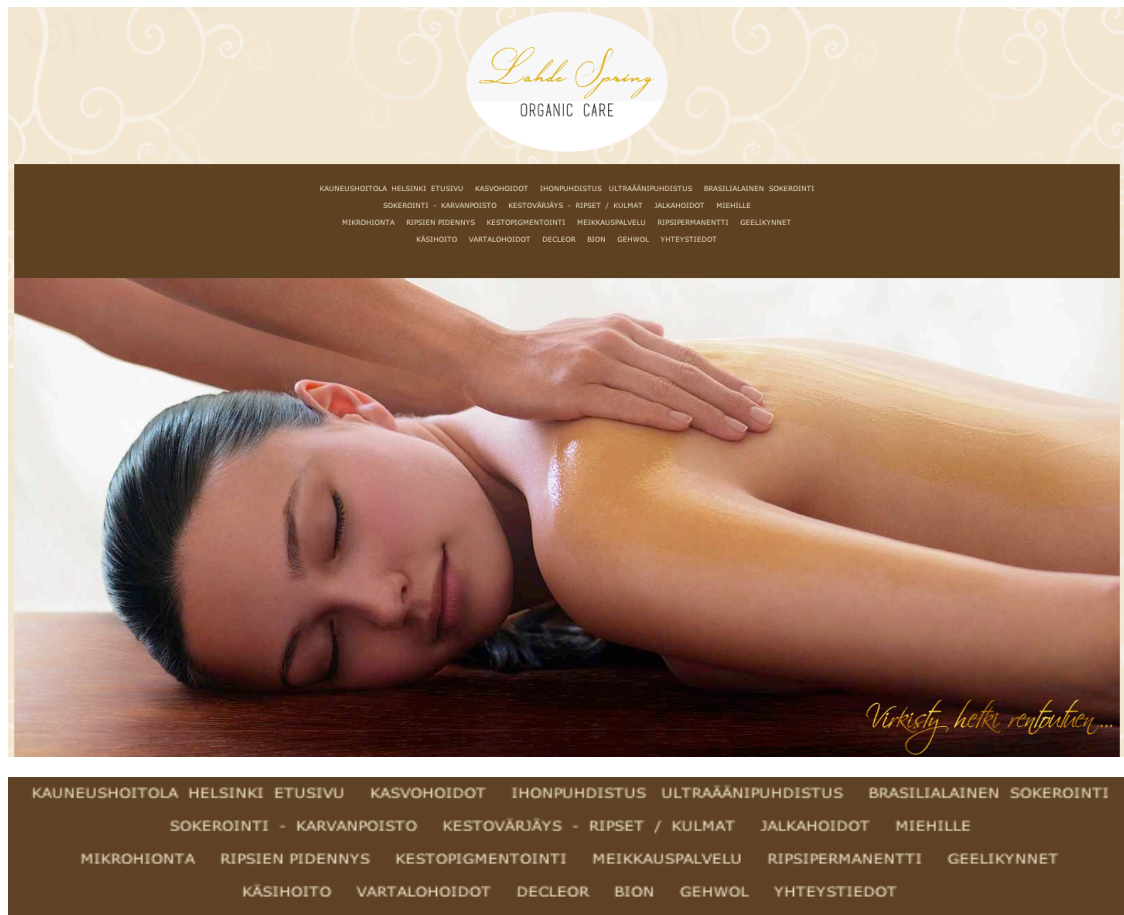
Hakukoneet antavat paljon arvoa sivustojen sisällölle. Voidaankin ajatella, että hakukoneet toteuttavat yksityiskohtaisen analyysin kaikista sanoista ja lauseista, joita verkkosivuilla ilmenee. Sitten ne muodostavat näistä tiedoista kartaston, jonka avulla päättä-

vät, mitkä sivut hakukoneet näyttävät hakutuloksissaan. Jos haulle ei löydy merkityksellistä osumaa sivuilta, on epätodennäköistä, että hakukone näyttää sivun tuloksissaan. Siksi sanat ja teemat, joita verkkosivut sisältävät merkitsevät suuresti hakutuloksiin. Sivujen analysointi on tietokoneohjelman suorittamaa, vaikka se onkin hyvin tehokas työssään, on se kuitenkin vain ohjelma, joka analysoi pelkkää html-koodia, ei siis koko sivun sisältöä. Hakukoneet ovatkin eniten kiinnostuneita juuri HTML-tekstistä. (Engel ym. 2012, 33-39.)

Tämä lopputyö käsittelee juuri koodin ja sisällön merkitystä hakukoneiden tuloksissa. Optimoinnin perustana toimi asiakkaan laatima avainsanalista, jonka kävimme yhdessä läpi. Käytin sitä optimointini peruspilarina. Sisällytin sanoja niin title- kuin description-tageihin. Tarkastin myös, että kyseiset sanat esiintyivät kunkin sivun sisällössä riittävästi ja monipuolisoin taivutusasuin.

### 3.2 Sisältö – hakukoneoptimoinnin tärkein väline

Ennen kuin hakukoneet pystyvät indeksoimaan sivuja, niiden pitää löytää ne. Hakukoneet etsivät internet-sivustoja ja -sivuja ohjelmistoilla, jotka seuraavat linkkejä ympäri internettiä. Hakuohjelmia kutsutaan vaihtelevasti spideriksi, crawleriksi, hakurobotiksi, hakubotiksi tai yksinkertaisesti botiksi. Jotta hakurobotti löytäisi sivuston nopeasti, on etua siitä, jos sivustolle johtaa linkkejä muilta sivustoilta. Tärkeämpää on kuitenkin, että sivuston sisäiset linkit toimivat kunnolla. (Davis 2006, 54.) Lähde-Springin sisäiset linkit kuvaavat selkeästi tarjottavia palveluja. Ne löytyvät jokaisen sivun yläreunasta. Sisäiset linkit on esitelty kuvassa 1.

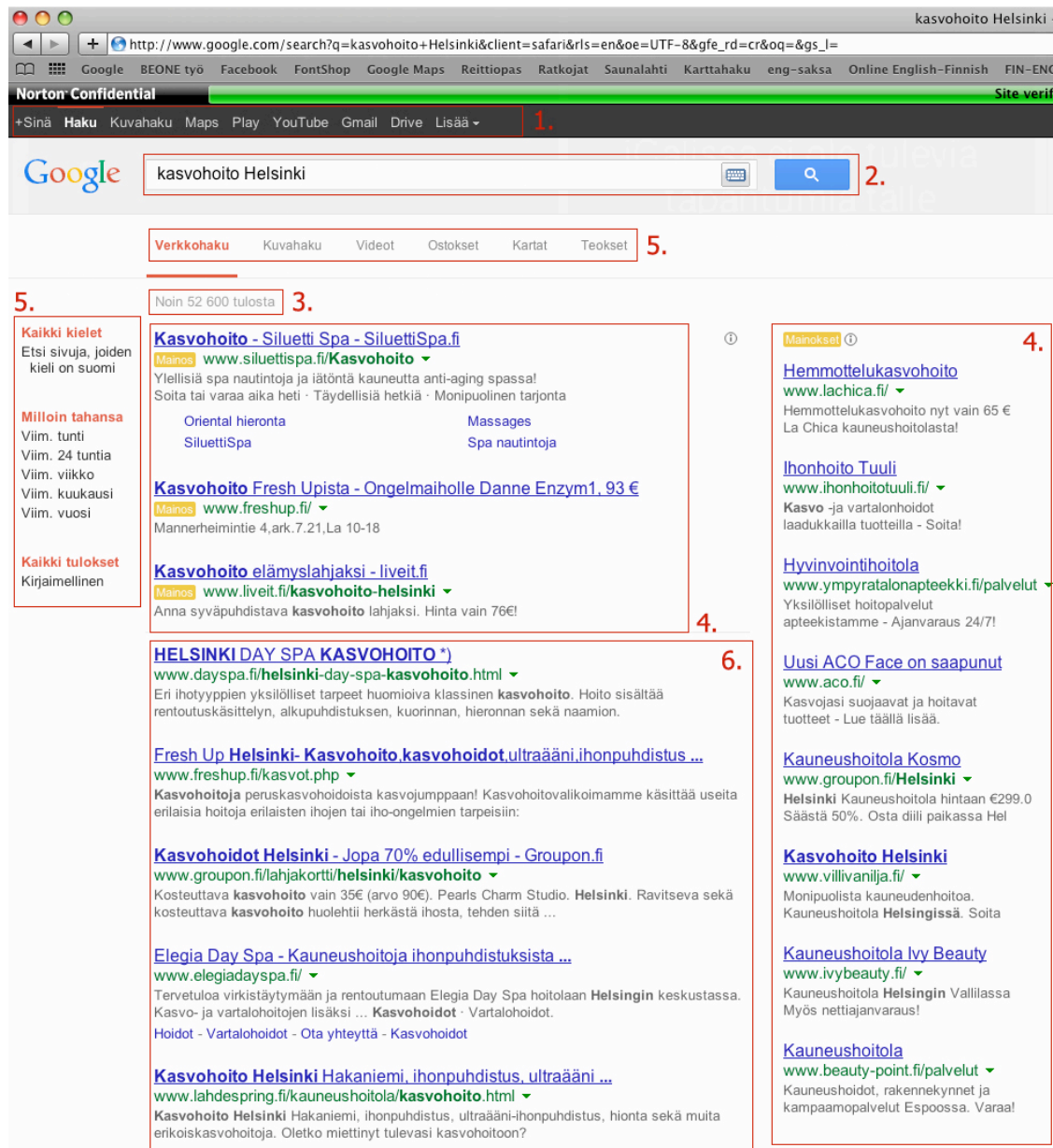


Kuva 1. Lähde-Spring-sivuston sisäiset linkit. Kuvan alla suurennos sisäisistä linkeistä.

### 3.3 Parempi näkyvyys hakukoneissa

Hakukoneoptimoinnilla halutaan hyödyntää hakukoneiden luonnollisia hakutuloksia (versus maksetut mainospaikat) sivujen löydettävyydessä ja sitä kautta myös asiakas-kontaktien luomisessa. Hyvää sijoitusta luonnollisten hakutulosten listalla ei voi ostaa rahalla, minkä takia on käytettävä muita keinoja näkyvyyden ja löydettävyyden parantamiseksi. Hakukoneet arvioivat internetissä olevien sivujen merkittävyyttä osittain niiden tekstisisällön perusteella. Sisällyttämällä sivuille paljon hyvää sisältöä saadaan aikaan paras pohja hyvälle hakukonenäkyvyydelle. Hakukoneet etsivät ja tallentavat tietokantaansa verkossa julkaistuja yksittäisiä sivuja, blogiartikkeleita ja muita sisältöjä. Kun etsitään jollakin hakusanalla tai useasta sanasta koostuvalla hakusanayhdistelmällä tietoa hakukoneesta, hakukone vertaa annettuja hakusanoja omasta tietokannastaan löy-

tyvien sivujen sisältöön. Mitä paremmin jokin tallennettu sivu sisällöltään vastaa käytettyä hakusanaa tai hakusanayhdistelmää, sitä merkittävämmäksi hakukone listaa kyseisen sivun. (Juslen, 2014a.)



Kuva 2. Kuva esittää mm. orgaanisen haun paikan (nro. 6) Googlessa suhteessa maksullisiin paikkoihin (nro. 4) ns. AdWords-paikat, joita voi ostaa Googelta.

Kuva 2. esittelee Googlen hakusivun erilaiset kentät. Numero 1 on horisontaalinen navigaatio, jonka avulla voi rajata hakuja, koskemaan esimerkiksi vain YouTubea. Numero 2 on hakukentän laatikko, jossa näkyy haettu asia. Sitä voi muokata aina tarvittaessa. Nu-

mero 3 on hakutulosten informaatiokenttä, joka kertoo kuinka monta osumaa haetulle aiheelle tulee. Numero 4 koostuu maksetuista mainoksista. Näitä voi ostaa Googlen AdWords-tilin kautta. Mainoksen hinta perustuu tulevien klikkauksien määrään. Numero 5 on vertikaalinen navigaatio: näillä tarjotuilla määreillä voi rajata hakua koskemaan esimerkiksi vain kuvia. Numero 6 sisältää orgaanisen haun tulokset eli ne hakutulokset, joihin optimoinnilla pyritään vaikuttamaan. Hakukoneet arvottavat tulokset sivujen merkityksen eli arvokkaan sisällön ja suosion mukaan. Mitä klikatumpi sivusto on, sitä paremmin se nousee hakukoneissa. (Enge ym. 2012, 26-28.) Tässä opinnäytetyössä keskitytään juuri näihin orgaanisiin tuloksiin ja niiden optimointiin.

Sanonta "kohtuus kaikessa, myös kohtuullisuudessa" on hyvä pitää mielessä, kun optimoidaan sivustoa hakukoneystävälliseksi. Oletetaan esimerkiksi, että sivuille on kirjoitettu sopivan tiheästi avainsanoja, muttei niin tiheästi, että sivujen sisältö huononee kävijöiden näkökulmasta. Hakukoneet etsivät hakusanoja, mutta ne rankaisevat pisteityksessä ylenmääräisestä ja asiattomasta avainsanaspämmäyksestä. (Davis 2006, 63.) Lähde-Springin sivujen etuna on, että ne sisältävät kohtuullisen paljon tekstiä. Näin avainsanoja saadaan sujuvasti upotettua leipätekstin sekaan.

## 4 Sisältö

Mitä enemmän sisältöä verkkosivuilla on, sen parempi. Lähde-Springin www-sivuilla on paljon tekstisisältöä. Sitä muokattiin sopivaan muotoon, jotta hakusanoja esiintyisi sopivasti tekstissä. Kuvassa 3 on esimerkki siitä, miten tärkeä hakusana kauneushoitola esiintyy sivuilla. Googlen kannalta tärkein sivu on etusivu eli index. Se luetaan aina ensimmäisenä, ja siksi Lähde-Spring on sijoittanut etusivulle hakusanoja kuten kaikki palvelut, joita kauneushoitola tarjoaa. Palveluluettelosta on aina sisäinen linkki alisivulle, jossa kyseisestä palvelusta kerrotaan lisää.

Jokainen uusi julkaistu internet-sivu, blogiartikkeli, video tai muu sisältöelementti on mahdollisuus kasvattaa näkyvyyttä hakukoneissa ja parantaa sivujen löydettävyyttä.

Internetissä enemmän on enemmän. Luonnollisesti aivan mikä tahansa sisältö ei kuitenkaan edistä hakukonenäkyvyyttä – siksi on hyvä luoda sisältöstrategia, joka ohjaa sisällön tuottamista ja julkaisemista. Sisältöstrategian tehtävänä on taata, että julkaistu sisältö kohdistuu oikeisiin asiakkaisiin ja tarjoaa sopivaa sisältöä ostoprosessin kaikkiin vaiheisiin. (Juslen, 2014a.)

**Kauneushoitola** Helsinki Hakaniemi

Kasvohoito, ihonpuhdistus, ultraääni-ihonpuhdistus, sokerointi, brasilialainen sokerointi, kosmetiikka sekä paljon muuta!

Lähde-Spring **kauneushoitola** on Helsingin keskustan tuntumassa, Hakaniemessä toimiva **kauneushoitola** naisille ja miehille.

Palveluperiaatteenaamme on, että jokainen hoito tehdään huolella vaikka siihen kulusikin hiukan enemmän aikaa, sillä meille on tärkeää Sinun tyytyväisyytesi, jonka takaamme juuri rauhoittumalla hoidon aikana.

Tänä päivänä aikataulutus ja kiireinen ilmapiiri on normaalia arkea, josta Sinä pääset hetkeksi levähtämään seurassamme. Saat itsellesi aikaa, jolloin ei kelloon ole katsomista ja jossa saat tuntea kaiken panostuksen kohdistuvan juuri Sinuun.

Tule meille joko rentoutumaan tai hakemaan apua ihosi ongelmatilanteisiin!

Hintoja päivitetään parhaillaan!

**Palvelut**

- Kasvohoidot
- Ihonpuhdistus
- Ultraäänipuhdistus
- Ultraääni-imeytys (kuntoutus, kiinteytys, couperosa)
- Ripsien pidennykset
- Sokerointi
- Käsihoidot
- Geelilakkaus
- Jalkahoidot
- Varpaiden geelaus
- Vartalonhoidot
- Hieronnat päästä varpasiin
- Kestopigmentointi
- Meikkauspalvelu, meikinopastus
- Kestovärjäykset erikoistekniikalla
- Ripsipermanentti

**Kauneushoitola** Lähde-Spring | Puh. 045 8 555 000 | Hämeentie 10 / Kolmas Linja 1, Hakaniemi, Helsinki | asiakaspalvelu@lahdespring.fi

Kuva 3. Lähde-Spring index-sivulla esiintyvä hakusana: Kauneushoitola.

#### 4.1 Sivun koko ja sisältö

Ihannetapauksessa internet-sivu sisältää 100–250 sanaa. Jos sanoja on alle 100, Googlella ja muilla hakukoneilla on tapana väheksyä sivua höyhensarjalaisena. Lisäksi sivuun



kannattaa sisällyttää niin monta avainsanaa kuin vain voi sisällön kärsimättä. Kun sanoja on alle 100, avainsanojen merkittävä lisääminen tulee näyttämään avainsanaspämmiltä - mikä on kiellettyä. Ei kuitenkaan ole lainkaan huono asia luoda sivuja, jotka sisältävät yli 250 sanaa. (Davis 2007, 68.)

Lähde-Springin sivut ovat todella asiapitoiset. Sivuja on yhteensä 21, ja yksi sivu sisältää keskimäärin 250 sanaa. Näin laajan tekstisisällön vuoksi hakusanojen sisällyttäminen tekstiin oli helppoa. Esimerkiksi sivulla kasvohoito.html sana kasvohoito esiintyy 27 kertaa erilaisissa taivutusmuodoissaan (katso kuva 4). Sivun on www-sivuston laajin. Siinä on yhteensä 1008 sanaa. Sivuston tärkein hakusana kasvohoito esiintyy Lähde-Springin etusivulla. Etusivu on esitelty kuvassa 3.

Yksi merkittävä osa Lähde-Spring-sivujen optimointia oli tarkastella sivujen sisältöä suhteessa haluttuihin avainsanoihin. On tärkeää, että avainsanat löytyvät otsikoista, kappaleiden alusta ja mahdollisista korostetuista teksteistä. Lähde-Springin sivut ovat sisällöltään hyvät, sillä ne koostuvat runsaasta tiedosta. Hyvin mietitty sisältö osoittaa, että kauneushoitola on ammattimainen. Se tietää, miten ihoa hoidetaan. Sivut antavat paljon tietoa asiakkaille. Ne houkuttelevat lukemaan lisää ja varaamaan ajan hoitoihin. Google arvostaa laadukasta sisältöä, ja se näkyy myös Lähde-Springin hyvissä sijoituksissa.



## Kasvohoito Helsinki Hakaniemi, ihonpuhdistus, ultraääni-ihonpuhdistus, hionta sekä muita erikoiskasvohoitoja

Oletko miettinyt tulevasi kasvohoitoon? Onko Sinulle tehty ultraäänipuhdistusta vai oletko perinteisen kasvohoidon kannattaja? Tekisikö mielesi kokeilla erikoishoitoja mutta valinnanvaikeus iskee?

### Yleisesti kasvohoidoista

Kasvohoitoja löytyy paljon erilaisia eri ihotyypeille ja erilaisiin ihon tarpeisiin. Suosittelemmekin varatessasi aikaa kasvohoittoon, että annat meidän katsoa vasta paikan päälle saavuttaessasi ihosi kunnon ja sen mukaan räätälöisimme Sinulle sopivan perusteellisen ja tehokkaan hoidon.

### Kuinka usein kasvohoidoissa tulisi tai saisi käydä?

Ihon kunto ja tarpeet muuttuvat vuodenaikojen mukaan ja siksi sanotaankin, että minimisuositus kasvohoidoille olisi, että jokaiselle vuodelle olisi oma hoitonsa. Jotta ihossa näkyisi tuloksia olisi välin kuitenkin hyvä olla kuukaudesta korkeintaan kahteen.

Jos ihosi kunto on laskenut tai Sinulle on tullut muita huolenaiheita ihosi kanssa, on ratkaisu useimmiten intensiivinen hoitojakso, jossa hoidetaan viikon tai puolentoista viikon välein ihoa noin kolmesta viiteen kertaan tai enemmän. Ideana intensiivisissä hoidoissa on ihon uusiutumissykli, joka on ihon pintakerroksessa kuukauden verran. Kun hoidetaan ihoa noin viikon välein, päästään vaikuttamaan ihoon joka kerta syvemmin ja syvemmin. Tämänkaltaiset sarjahoidot ovat tehokkaimpia hoitokeinoja ja myös tuloksia antavia. Sarjahoitoja suosittelemmekin tehtäväksi kerran tai jopa kaksi kertaa vuodessa.

### IHONPUHDISTUS

Mitä ihonpuhdistuksessa tehdään?

Ihonpuhdistus tehdään joko ultraäänellä, perinteisesti kuorimalla ja höyryttämällä tai yhdistämällä hionnan ja perinteisen ihonpuhdistuksen. Parhaaseen tekniikkaan vaikuttaa Sinun oma ihotyyppi. Mekaaninen ihonpuhdistus tarkoittaa perinteistä ihonpuhdistusta, joka tapahtuu siihen suunnitellulla instrumentilla. Komedoraudalla työnnetään epäpuhtauden vierestä, jolloin kova paine työntää epäpuhtauden ulos. Mekaaninen ihonpuhdistus on jonkin verran epämukavaa, sillä se saattaa tuntua nipistelevältä. Jos ihossa on epäpuhtauksia, on mekaaninen puhdistus olennainen osa hoitoa ja sitä ei valitettavasti korvaa mikään muu hoito yhtä tehokkaasti.

Teemme erittäin paljon perusteellisia ihonpuhdistuksia, nuorisoihonpuhdistuksia (nuorin asiakas 11v.) sekä ongelma-ihoja joissa esiintyy acnea tai paljon epämääräisiä epäpuhtauksia. Käyttämämme tuotteet tukevat ihon tasapainoa ja niitä on myös saatavana kotikäyttöön.

### PERUSKASVOHOIDOT

Kaikki kasvohoitomme ovat hoitokokonaisuuksia, joissa hoidamme kasvot, silmänympärykset, kaulan décolleten sekä siistimme kulmat.

Kuva 4. Tässä vain osa sivusta kasvohoito.html, jossa sivun tärkein hakusana kasvohoito esiintyy 27 kertaa tekstin seassa.

## 4.2 Sivun optimaalinen sisältö

Internet-sivun sisällön tulisi houkutella lukemaan. Mielenkiintoiset otsikot toimivat parhaina houkuttimina. Jos kävijä kokee otsikon kiinnostavaksi, hän lukee ensimmäisen kappaleen. Ensimmäinen kappale on lähes yhtä merkittävä kuin otsikkokin. Hyvä ensimmäinen kappale on yhteenveto siitä, mitä teksti jatkossa tarjoaa. Hyvä teksti on myös tärkeä. Lauseet kannattaa pitää lyhyinä. Samoin kappaleet kannattaa pitää lyhyinä, noin neljästä viiteen lausetta sisältävinä. Sivun luettavuutta voi lisätä käyttämällä alaotsikoita ja luetteloita. Kuvilla ja kaavioilla saadaan myös hyvin tekstikappaleita kevenemään. Hakukoneille kuvat eivät merkitse mitään, joten niihin tulisi liittää alt-määritteet, jotta hakukoneet indeksoisivat ne. On myös tärkeää, että teksti on hyvin luettavaa. Kannattaa käyttää nettiin sopivia fontteja, kuten Verdanaa, Trebuchetia tai Georgiaa. Musta teksti valkealla pohjalla on helppolukuisin. Kannattaa välttää värillisiä pohjia, kuten esim. valkeaa tekstiä mustalla taustalla. (Williams 2014, 98-99.)

Sivun sisältö vaikuttaa sivun merkittävyyden arviointiin. Hakukoneet tutkivat otsikon ja URL-osoitteen lisäksi myös sivun sisältöä pyrkiessään päättelemään sivun merkittävyyttä. Sisällössä tulisi tästä syystä käyttää otsikon mukaisia avainsanoja. Sivun otsikko ja sisältö tulee olla linjassa keskenään siten, että sivusta syntyy myös ihmisten mielestä otsikossa annettua lupautua vastaava kokonaisuus. Sivun sisältö ratkaisee sivun markkinointitehon. Ihmiset ja hakukoneet voivat löytää ja kiinnostua sivusta hyvin valitun otsikon, selkeän ja myyvän metakuvauksen ja oikein rakennettujen URL-osoitteiden perusteella, mutta markkinointitulokset perustuvat siihen, kuinka hyvää sisältöä sivulta löytyy. (Juslen, 2014b.)

## 4.3 Sivun sisällön optimointi

Sisällön tulisi olla tiivistä tekstiä, ja se tulisi jakaa väliotsikoiden avulla suhteellisen lyhyisiin kappaleisiin. Väliotsikoissa tulisi käyttää <h1>-, <h2>- ja <h3>-otsikkotyyppejä ja varmistaa, että näissä otsikoissa on sisällön kannalta keskeisiä avainsanoja, mieluiten heti otsikon alussa. Vahvinta väliotsikkotyyppiä (<h1>) tulisi käyttää

mieluiten vain yhden kerran kullakin sivulla. Mikäli sivulla on kuvia, tulisi varmistaa, että niihin on liitetty alt-tekstit (kuvan vaihtoehtoinen teksti). Hakukoneet eivät osaa tulkita valokuvia, mutta ne lukevat kuvien vaihtoehtoiset tekstit, jolloin kuvat voivat löytyä hakukoneiden käyttäjien tehdessä kuvahakuja. (Juslen, 2014b.)

Lähde-Springin sivuilla on käytetty selkeästi otsikko- ja väliotsikkomääritteitä. Esimerkiksi `ultra-aanipuhdistus.html`-sivun otsikot ovat seuraavat: `<h1>Ultraäänipuhdistus Helsinki Hakaniemi</h1>`, `<h2>Mikä on ultraääni-ihonpuhdistus?</h2>`, `<h2>Mitä ultraääni-ihonpuhdistuksessa tehdään?</h2>`, `<h2>Kenelle ultraääni-ihonpuhdistus so-  
pii?</h2>`. Nämä otsikot sisältävät tärkeän hakusanan: `ultraäänipuhdistus`. Ne rytmittävät hyvin tekstipainotteista sivua. Ne myös tarjoavat tietoa hoidoista kiinnostuneille.

#### 4.4 Kuvasisältö

Kuvat eivät merkitse hakukoneille mitään. Ainoa informaatio, jonka hakukoneet voivat havaita kuvista sijaitsee kuvan `<img>`-tagin alt-attribuutissa ja kuvaa ympäröivässä tekstissä. Siksi kannattaa aina muistaa koodata kuviin kuvaus alt-attribuutin avulla. (Davis 2006, 54.)

Lähde-Springin sivuilla on suhteellisen vähän kuvia. Kaikkiin kuviin on liitetty alt-attribuutit. Tarkastellessani näitä määreitä huomasin, että alt-teksti ei aina selkeästi kuvannut kyseistä kuvaa vaan esimerkiksi sen sijaintia sivustolla. Näiden koodaaminen hakukoneita varten selkeämmiksi oli osa toteutettua optimointia. Kuvan 5 esimerkissä koodista näkee, että kuva koskee aromaattista selän hierontaa. Myös kuvan nimellä on merkityksensä hakukoneille. Kyseisen kuvan nimi voisi olla selkeämpi. Nyt se yhdistelee suomen- ja englanninkieltä sekä kuvan käyttäytymistä internet-sivulla. Kuvan nimien optimointi on osa hakukoneoptimointia.

```

<td colspan="5" rowspan="1" valign="top"></td>


```




Kuva 5. Kuvan alt-tekstinä aromaattinen selän hieronta.

#### 4.5 Tekstipohjainen selain ja sivujen sisältö

Google ilmoittaa ”yksinkertainen on parasta” -säännön näin: ”Jos hienot ominaisuudet, kuten JavaScript, evästeet, istuntotunnisteet, kehykset, DHTML tai Flash estävät näkemästä kaikkea sivuston sisältöä tekstipohjaisessa selaimessa, silloin hakuroboteilla voi olla vaikeuksia haravoida sivustoa.” Ainut tapa varmistaa pystyykö hakurobotti indeksoimaan sivustoa on analysoida sivustoa tekstipohjaisessa selaimessa. Hakurobotin tavoin tekstipohjainen selain ohittaa kuvat ja grafiikat ja käsittelee vain sivulla olevaa tekstiä. Tunnetuin tekstipohjainen sivusto on Lynx. (Davis 2006, 56.)



KARNEUSHOITTOJA HELSINKI ETUUSVU KÄSIVOHIDOT THONPUHDISTUS ULTRAÄÄNIPUHDISTUS BRAZILIALAINEN SOKEROINTI  
SOKEROINTI - KAHVAPUHDISTO KESTOVARAUS - RIPSET / KULMAT JALKAVOHIDOT MIEHILLE  
MIKROHIONTA RIPSIN RIPSINYS KESTORIPSHOITONIT MEIKKAUSPALVELU RIPSIPERMANENTTI GELIKYNNÄT  
KÄSIVOITTO VARTALOHOIDOT DECLEOR BION GELHOL YHTYSTIEDOT



*Virkisty... hetki rentautuen...*

### Vartalonhoito Helsinki, Hakaniemi koko vartalolle, Hieronta, Selluliittihoidot, Vartalon kuorinta ja muut vartalon hoidot

Kalpaatko rentouttavaa hierontaa? Vaivako kuiva vartalon iho tai selin ihon nilyt?

Vartalo on monesti se jonka unohdetaan hoitaa vaikkakin se tarvitsee hoitoa ja huolehdittua samoin kuin kasvot tai muut kehon osat. Hieronta tai jo kuivaharjaus saa kohon tuntumaan aivan erilaiselta. Selluliitti, kiinteyden puute tai tulehtuneet nilyt selässä saattavat vaivata ja olla itsuttunolle vaikeita asioita. Nihinkin löytyy ratkaisu vartalonhoidolla.

**SELKÄ**

Selin ihonpuhdistus | 65 €  
Selin ihon puhdistus ultraäänellä tai kuorinnalla ja höyryttämällä. Useasti kuitenkin ultraäänellä tehty puhdistus on huomattavasti tehokkaampaa, kuin perinteisesti höyryttäminen. Puhdistuksen jälkeen ihoa rauhoitetaan vielä naamioilla.

Selin hieronta | 68 €  
Monesti selin ihoon kannattaa hyödyntää hierontahoitoa, jolla saadaan tehokkaammin kuorittua ja tasapainoitettua ihon toimintoja. Jos selässä on paljon tulehduksia ja punaisia arpia, niin suosittelemme hionnan tehtäväksi intensiivikuorinta viidestä kymmeneen kertaan. Hionnan jälkeen ihoa rauhoitetaan vielä naamioilla.

**VARTALON HOIDOT**

Vartalon kuivaharjaus + kosteutus | 39 €  
Vartalo harjataan kuivalla harjalla pyörivin liikein, jolla saadaan ihon pinta kuorittua kevyesti ja silitettua sekä vastaanottavaisiksi hoitotuotteille. Kuivaharjauksen jälkeen iholle laitetaan ihon vaatimusten mukaiset hoitotuotteet kosteutamaan vartalon ihoa. Kuivaharjausta suositellaan jatkettavaksi kotona.

Vartalon kuorinta | 59 €  
Iho kuoritaan joka puolelta kehoa tehokkaalla kuorinnalla, jolla saadaan pintasolukko kuorittua ja iho pehmenettyä. Kuorinnan vaikutuksesta hoitotuotteet imoityvät ihoon paremmin sekä iho kiistuu, tasottuu ja pehmentyy.

Vartalon kuorinta/kuivaharjaus ja naamio | 99 €  
Voit valita kuorinnan tai kuivaharjauksen jonka jälkeen iho hierotaan lämmitävällä vartalonaamiolla, joka kosteuttaa pehmittää ja elvyttää kuivaa ja elotonta vartalon ihoa.

**HIERONNAT**

Pään hieronta | 36 €  
Rentouttava pään, niskän, kaulan ja décolleté-alueen hieronta, joka poistaa stressiä ja jännitystä ja samalla stimuloi mikroverenkiertoa ja kuljetttaa liianesteitä. Hoito lopetetaan vielä kevyisiin akupainalluksiin kasvojen alueella.

Selin hieronta | 39 €  
Selin, hartioiden ja niskän alueen hieronta joka voidaan tehdä halutessasi aromatisella balsamilla tai ihoa hoitavalla öljyllä. Tunne kuinka lihaskäntäykset avautuvat ja kuinka stressi väistyy kehostasi rentoutuksen avulla.

Vartalohieronta | 69 €  
Aromatisempaa ja on tyylisuuntien hierontatekniikoita hyödyntäen kyseinen hieronta vie Sinut toiseen maailmaan. Kehoa ja mieltä rentouttava kokonaisvaltainen hieronta, jossa saat hengähtää.

**SELLULIITTI**

Pakallishoito selluliitille | 69 €  
Sulattaa rasvakudosta ja vähentää sitä kautta selluliittia. Hoito saattaa aiheuttaa ihon punoitusta ja hetkellistä kihelmöintiä, joka vain kertoo hoidon tehokkuudesta. Suositellaan sarjahoitoa 5-10 x

Kauneushoitola Lähde-Spring | Puh: 045 8 555 000 | Hämeentie 10 / Kolmas Linja 1, Hakaniemi, Helsinki | asiakaspalvelu@lahdespring.fi

Kuva 6. Lähde-Spring -www-sivuston visuaalinen ilme (9.3.2015).

## Vartalonhoito Helsinki, Hakaniemi koko vartalolle, Hieronta, Selluliittihoito, Vartalon kuorinta ja muut vartalon hoidot

Kaipaatko rentouttavaa hierontaa? Vaivaako kuiva vartalon iho tai sellon ihon nöpyt?

[vartalonkuorinta]Vartalo on monesti se jonka unohdamme hoitaa vaikkakin se tarvitsisi hoitoa ja huolenpitoa samoin kuin kasvot tai muut kehon osamme. Hieronta tai jo kuivaharjaus saa kehon tuntumaan aivan erilaiselta. Selluliitti, kiinteyden puute tai tulehtuneet nöpyt seloss saattavat vaivata ja olla itsetunnonle vaikeita asioita. Niihinkin löytyy ratkaisu vartalonhoidolla.

### SELKÖ

Sellon ihonpuhdistus | 65 €

Sellon ihon puhdistus ultraäänellä tai kuorinnalla ja höyryttämällä. Useasti kuitenkin ultraäänellä tehty puhdistus on huomattavasti tehokkaampaa, kuin perinteisesti höyryttäminen. Puhdistuksen jälkeen ihoa rauhoitetaan vielä naamiolla.

Sellon hionta | 68 €

Monesti sellon ihoon kannattaa hyödyntää hiontahoitoa, jolla saadaan tehokkaammin kuorittua ja tasapainoitettua ihon toimintoja. Jos seloss on paljon tulehduksia ja punaisia arpia, niin suosittelemme hionnan tehtäväksi intensiivikuorinta viidestä kymmeneen kertaan. Hionnan jälkeen ihoa rauhoitetaan vielä naamiolla.

### VARTALON HOIDOT

Vartalon kuivaharjaus + kosteutus | 39 €

Vartalo harjataan kuivalla harjalla pyörivin liikein, jolla saadaan ihon pinta kuorittua kevyesti ja silotettua sekä vastaanottavaiseksi hoitotuotteille. Kuivaharjauksen jälkeen iholle laitetaan ihon vaatimusten mukaiset hoitotuotteet kosteuttamaan vartalon ihoa. Kuivaharjausta suositellaan jatkettavaksi kotona.

Vartalon kuorinta | 59 €

Iho kuoritaan joka puolelta kehoa tehokkaalla kuorinnalla, jolla saadaan pintasolukko kuorittua ja iho pehmenetty. Kuorinnan vaikutuksesta hoitotuotteet imeytyvät ihoon paremmin sekä iho kirkastuu, tasoittuu ja pehmentyy.

Vartalon kuorinta/kuivaharjaus ja naamio | 99 €

Voit valita kuorinnan tai kuivaharjauksen jonka jälkeen iho hierotaan lämmitettävällä vartalonaamiolla, joka kosteuttaa pehmittä ja elvyttää kuivaa ja elotonta vartalon ihoa

### HIERONNAT

Pöydän hieronta | 36 €

Rentouttava pöydän, niskan, kaulan ja décolleté-alueen hieronta, joka poistaa stressiä ja jännitystä ja samalla stimuloi mikroverenkiertoa ja kuljettaa liianesteitä. Hoito lopetetaan vielä kevyisiin akupainalluksiin kasvojen alueella.

Sellon hieronta | 39 €

Sellon, hartioiden ja niskan alueen hieronta joka voidaan tehdä halutessasi aromaattisella balsamilla tai ihoa hoitavalla öljyllä. Tunne kuinka lihasjännitykset avautuvat ja kuinka stressi vähistyy kehostasi rentoutuksen avulla.

Vartalohieronta | 69 €

Aromaterapiaa ja eri tyylisuuntien hierontatekniikoita hyödyntäen kyseinen hieronta vie Sinut toiseen maailmaan. Kehoa ja mieltä rentouttava kokonaisvaltainen hieronta, jossa saat hengittää.

### SELLULIITTI

Paikallishoito selluliitille | 69 €

Sulattaa rasvakudosta ja vähentää siten kautta selluliittiä. Hoito saattaa aiheuttaa ihon punoitusta ja hetkellistä kihelmointia, joka vain kertoo hoidon tehokkuudesta. Suositellaan sarjahoitoina 5-10 x

Kuva 7. Näin voidaan esittää kuvassa 6 esitelty Lähde-Springin www-sivu siten kuin se näkyy Googlelle. Todellisuudessa Google kuitenkin näkee sivut HTML-koodina kuvan 8 mukaisesti.



```

<!DOCTYPE html PUBLIC "-//W3C//DTD HTML 4.01 Transitional//EN">
<html>
  <head>
    <meta content="text/html; charset=windows-1252"
      http-equiv="content-type">
    <title>Vartalonhoito Helsinki, Hakaniemi koko vartalolle, Hieronta,
      Selluliittihoidot, Vartalon kuorinta ja muut vartalon hoidot |
      Kauneushoitola Lähde-Spring</title>
    <meta name="description" content="Huolelliset vartalohoidot: pään
      hieronta, aromassage, aroma-paikallishoito selluliitille.">
    <meta name="Keywords" content="Selän ihonpuhdistus Helsinki, selän
      hoito, Selän ihonpuhdistus, Vartalon kuorinta, Vartalon
      kuivaharjaus ja kosteus, Pään hieronta, Selän hieronta,
      Vartalohieronta">
    <meta content="Tom Kärrä" name="author">
    <link href="http://fonts.googleapis.com/css?family=Abel"
      rel="stylesheet" type="text/css">
    <link href="..muut/tyyli.css" rel="stylesheet" type="text/css">
    <meta http-equiv="PRAGMA" content="NO-CACHE">
  </head>
  <body>
    <div align="center"><br>
    <br>
    </div>
    <table width="100%" align="center" border="0" cellpadding="0"
      cellspacing="0">
      <tbody>
        <tr>
          <td colspan="5" rowspan="1" valign="top" height="130"
            bgcolor="4c331d"><br>
            <iframe src="..muut/navigointi.html" scrolling="no"
              width="100%" frameborder="0" height="130"></iframe> </td>
        </tr>
        <tr>
          <td colspan="5" rowspan="1" valign="top"></td>
        </tr>
        <tr>
          <td colspan="5" rowspan="1" valign="top"><br>
            </td>
        </tr>
        <tr>
          <td colspan="5" rowspan="1" valign="top" width="21" bgcolor="#ffffff"><br>
            </td>
        </tr>
        <tr>
          <td colspan="5" rowspan="1" valign="top" width="664" align="center" bgcolor="#ffffff">
            <div align="left"><br>
              <h1>Vartalonhoito Helsinki, Hakaniemi koko vartalolle,
                Hieronta, Selluliittihoidot, Vartalon kuorinta ja muut
                vartalon hoidot<br>
              </h1>
              <br>
              Kaipaako rentouttavaa hierontaa? Vaivaako kuiva vartalon
              iho tai selän ihon näpyt?<br>
              <br>
              Vartalo
            </div>
          </td>
        </tr>
        <tr>
          <td colspan="5" rowspan="1" align="center">
            on monesti se jonka unohtamme hoitaa vaikkakin se
            tarvitsisi hoitoa ja huolenpitoa samoin kuin kasvot tai
            muut kehon osamme. Hieronta tai jo kuivaharjaus saa kehon
            tuntumaan aivan erilaiselta. Selluliitti, kiinteyden puute
            tai tulehtuneet näpyt selässä saattavat vaivata ja olla
            itsetunnolle vaikeita asioita. Niihinkin löytyy ratkaisua
            vartalohoidolla.<br>
            <br>
            <h2>SELKÄ</h2>
          </td>
        </tr>
      </tbody>
    </table>
  </body>
</html>

```

Kuva 8. Google näkee sivut HTML-koodina, minkä vuoksi on tärkeää pitää koodi selkeänä.

Kuvassa 6 on esitelty Lähde-Springin sivusto niin kuin se visuaalisesti verkossa ilmenee. Hakukoneet kuitenkin näkevät sivut eri tavalla. Kuvassa 7 on esitelty sivujen näkyminen pelkkänä tekstinä hakukoneille. Kuvan 7 kautta on helpompi hahmottaa sitä, miten sivut näyttäytyvät hakukoneille, vaikkakin todellisuudessa hakukoneet lukevat HTML-koodia. Ne siis näkevät sivut, kuten kuvassa 8 on esitetty. Kuva 8 on kuvan 6 lähdekoodi eli HTML-koodi.

## 5 Hakukoneoptimointi käytännössä

Hakukoneille tärkein sivu on internet-sivuston ensimmäinen sivu eli index-sivu. Saattaa jopa käydä niin, ettei hakukone tutki sivustoa index-sivua syvemmälle. Ensimmäinen ja tärkein toimenpide optimoinnissa on varmistaa, että hakukoneet lukevat kaikki sivuston sivut. Tämän takia lisäsin Lähde-Springin index-sivulle komennon: robots: index follow. Tämä pitää huolen, että hakukonerobotti tutkii myös alasivut hakutuloksiinsa. Luonnollisesti on myös mahdollista yrittää estää hakukoneita lukemasta alasivuja index no-follow -komennolla. On hyvä muistaa, ettei Google havaitse muutoksia heti, vaan niiden päivittymiseen kuluu yleensä noin kaksi viikkoa. Hakukoneoptimointi onkin hidasta ja kärsivällisyyttä vaativaa työtä.

Jokainen yksittäinen internet-sivu pitää optimoida hakukonenäkyvyyttä varten. Löydettävyyden internetissä muistuttaa eräällä tavalla suuria arpajaisia. Aina kun julkaistaan uusi internet-sivu, luodaan samalla yksi uusi mahdollisuus tulla löydettyksi hakukoneen avulla – toisin sanoen saadaan yksi lisäarpa. Mitä enemmän oikeiden avainsanojen ympärille rakennettuja yksittäisiä internet-sivuja verkossa on, sitä parempi on näkyvyys hakukoneissa. Hakukoneoptimointi on useasta osa-alueesta koostuva kokonaisuus, ja yksittäisten sivujen optimointi on vain yksi hakukonenäkyvyyteen vaikuttava tekijä. Yksittäisten sivujen optimoinnin vaikutus on sikäli suuri, että heikosti optimoidut sivut voivat huonontaa muiden hakukonenäkyvyyden osatekijöiden tehoa. (Juslen, 2014a.)



## 5.1 Sivun otsikko eli title-tunniste

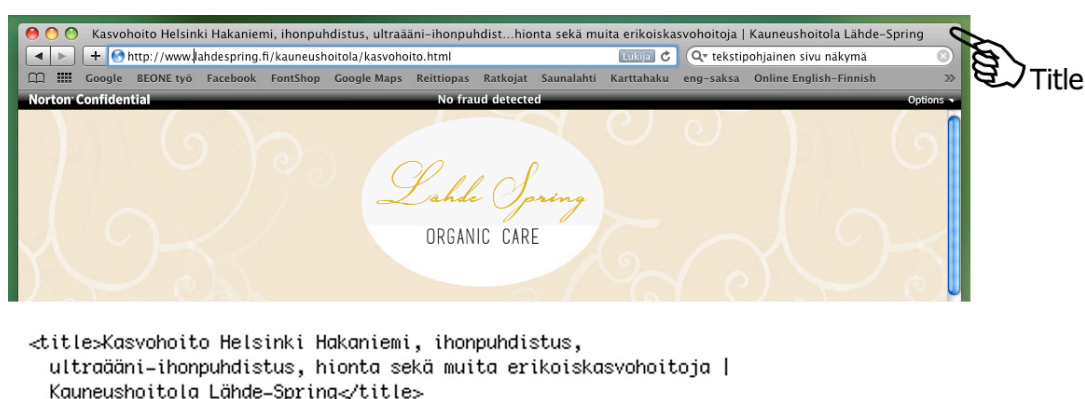
Title-tunniste kertoo sekä käyttäjille että hakukoneille, mikä sivun aihe on. Sivun lähdekoodissa head-tagien väliin jäävä title-komento tulee näkyviin sivun nimenä verkkosivuilla. Sivun otsikko (<title>) on tärkein yksittäisen sivun hakukonenäkyvyyteen vaikuttava tekijä. Sivun otsikko näkyy selaimen yläpalkissa (katso kuva 9). Googlen hakutulossivulla otsikko näkyy lihavoidulla fontilla hakutuloksen otsikkona (kuva 10), ja se muodostaa samalla kyseiselle sivulle johtavan linkin ankkuritekstin. (Juslen, 2014b.)

Kannattaa pitää title-otsikot lyhyenä. Hakukoneet lukevat vain noin 70 merkkiä. Tähän lasketaan mukaan myös välilyönnit. Tärkein osa titleä on sen alussa. Siihen kannattaa sisällyttää tärkeimmät hakusanat, jotka liittyvät kyseisen sivun sisältöön. (Grappone & Couzin 2011, 173.) Title-teksti näkyy Google-linkin otsikkona. Siksi se on tärkeä osa optimointia, sillä hakukoneen käyttäjät valitsevat otsikon sisällön perusteella, mitä linkkiä he klikkaavat. Avainsanojen sijoittaminen titleen ei hyödytä mitään, mikäli itse sivu ei sisällä avainsanoja eli toisin sanoin vastaa hakua sisällöltään. (Grappone & Couzin 2011, 56.) Avainsanat ovat hakukoneoptimoinnin keskeisimpiä asioita. Merkittävien avainsanojen valinta on tärkeää. Kannattaa vähintään puolen vuoden välein tarkastella avainsanoja. Jos sivujen sisältö muuttuu, täytyy avainsanatkkin miettiä uudelleen. Esimerkiksi jos sivuille tulee uusia palveluja tai tuotteita, pitää avainsanatkkin päivittää. Kannattaa myös tutkia kilpailijoiden sivuja ja ottaa oppia heidän avainsanoistaan. (Grappone & Couzin 2011, 53.)

On tärkeää, että jokaisella julkaistulla sivulla on yksilöllinen otsikko. Hakukonenäkyvyyden kannalta huonoin ratkaisu on otsikoida jokainen sivu esimerkiksi organisaation nimellä. Tärkein avainsana tai avainsanayhdistelmä tulisi sijoittaa otsikkoon, mieluiten heti otsikon alkuun. Jos käytetään organisaation nimeä otsikossa, tulisi se laittaa mieluiten loppuun ja käyttää alkuosassa muita tärkeitä avainsanoja. Otsikon tulee olla linjassa sivun alaotsikoiden ja sisällön kanssa. Otsikon pituus rajoittuu 64 merkkiin välilyönnit

mukaan lukien. Pidemmät otsikot eivät näy kaikissa yhteyksissä kokonaisuudessaan. (Juslen, 2014b.)

Lähde-Springin slogan on ”huolellinen kauneushoitola”. Asiakas halusi, että slogan näkyy Google-hakutuloksissa, joten se sisällytettiin mm. index-sivun title-määritteeseen. Jokaiselle sivulle luotiin oma yksilöllinen title-määrite. Title lopetettiin aina kauneushoitola Lähde-Spring -sanoihin. Lisäksi lähes jokaisessa titlessä on pääavainsanan jälkeen Helsinki- ja Hakaniemi-sanat. Näin Google löytää sivut etsittäessä sijainnin mukaan. Oletan, että monet hakijat käyttävät sijaintimäärettä, sillä muutoin Google listaa koko maata koskevat sivustot. Kun haetaan pelkästään kasvohoito-hakusanalla, ilmestyy Lähde-Spring vasta neljännelle sivulle. Kasvohoito Helsinki sijoittaa sivuston ensimmäiselle sivulle sijalle neljä (14.4.2015). Kuvassa 9 on esitetty title-määrite niin kuin se näkyy nettisivun yläreunassa ja html-koodissa. Kuvassa 10 on esitetty, miten title-määrite ilmestyy yleensä sinisenä Googlen hakutuloksiin.



Kuva 9. Kuvan title eli otsikko tulee selaimen yläreunaan, ohessa myös title-tagin.

### [Kasvohoidot - Lähde-Spring](#)

[www.lahdespring.fi/kauneushoitola/kasvohoito.html](http://www.lahdespring.fi/kauneushoitola/kasvohoito.html) ▼

**Kasvohoitoja** löytyy paljon erilaisia eri ihotyypeille ja erilaisiin ihon tarpeisiin. Ihon kunto ja ...  
Onko Sinulle tehty ultraäänipuhdistusta vai oletko perinteisen **kasvohoidon** kannattaja? ....

**Kauneushoitola Lähde-Spring** | Puh. 045 8 555 000 | Hämeentie 10 / Kolmas Linja 1,  
Hakaniemi, Helsinki | asiakaspalvelu@ lahdespring.fi.

### [Sokerointi Helsinki, Hakaniemi | karvojenpoisto tai ... - Lähde-Spring](#)

[www.lahdespring.fi/kauneushoitola/sokerointi\\_-\\_karvanpoisto.html](http://www.lahdespring.fi/kauneushoitola/sokerointi_-_karvanpoisto.html) ▼

**Lähde-Spring** - logo ... **Kauneushoitola Lähde-Spring** | Puh. 045 8 555 000 | Hämeentie 10 /  
Kolmas Linja 1, Hakaniemi, Helsinki | asiakaspalvelu@ lahdespring.fi.

### [Ultraäänipuhdistus Helsinki Hakaniemi | Kauneushoitola Lähde ...](#)

[www.lahdespring.fi/kauneushoitola/ultra-aanipuhdistus.html](http://www.lahdespring.fi/kauneushoitola/ultra-aanipuhdistus.html) ▼

**Kasvohoito** kaikille ihotyypeille, mutta erittäin tehokas epäpuhtaalle tai kiiltelevälle ... 10 /  
Kolmas Linja 1, Hakaniemi, Helsinki | asiakaspalvelu@ lahdespring.fi.

Kuva 10. Google esittää titlen sinisellä linkin kohdalla. Tässä muutama esimerkki [www.lahdespring.fi](http://www.lahdespring.fi) -sivuston näkyvyydestä Googlen hakutulossivulla.

## 5.2 Metatiedot

Metatiedot, joita joskus sanotaan meta-tageiksi, ovat menetelmiä, joilla tarjotaan sivua koskevaa tietoa hakukoneille. Yleisimmät meta-tagit ilmoittavat hakukoneelle sivustoa ja sivua koskevan kuvauksen (description) ja avainsanoja (keywords). Kuka tahansa pystyy helposti laittamaan avainsanoja ja kuvauksia sivujen HTML-koodin meta-tageihin. Tästä on seurannut väärinkäyttöä, kun meta-tagien tiedot eivät oikeasti vastaa sivujen sisältöä. Sen vuoksi hakukoneiden indeksointiohjelmat paheksuvat meta-tagien avainsana- ja kuvaustiedostoja eivätkä luota niihin enää niin paljon kuin aiemmin. On silti suositeltavaa koodata meta-tagien avainsanat ja kuvaukset kuntoon. Meta-avainsanojen määrä pitäisi rajata suunnilleen tusinaan. Sivustojen kannalta todella olennaisten avainsanojen kohdalla kannattaa sisällyttää sekä yksikkö- että monikkomuodot sekä niiden mahdolliset variantit. Jos sivustolla ei ole paljon sisältöä, valitse meta-tagien kuvaukset ja avainsanat erityisen huolellisesti. (Davis 2006, 60-62.)

```
<meta name="Keywords" content="Kasvohoito Helsinki, Kasvohoito
Hakaniemi, Kasvohoito Kallio, Kasvohoito Vallila, Kasvohoito
Hermannin, Kasvohoito Sörnäinen, Tehokas ja perusteellinen
kasvohoito">
```

Kuva 11. Lähde-Spring [www.lahdespring.fi/kauneushoitola/kasvohoito.html](http://www.lahdespring.fi/kauneushoitola/kasvohoito.html) -sivun avainsanat viittaavat sivun sisältöön, joka käsittelee kasvohoitoa.

Analysoin asiakkaan kanssa yhdessä läpikäymämme avainsanaluettelon sanat ja rytmitelin ne sivuston sisällön mukaan viittaamaan oikeisiin sivuihin. Aloitin optimoinnin juuri näistä keywords-tagien päivityksistä. Kuvassa 11 on esimerkki avainsanojen sijoituksesta meta-tagiin. Seuraavaksi mietin jokaiselle sivulle sopivan description-määritteen. Nämä kuvaukset on tärkeä pohtia hyvin, sillä Google saattaa näyttää ne hakutuloksissaan kuvaamaan kyseistä sivua. Kuvauksen on oltava ytimekäs ja sen tulee vastata sivuston todellista sisältöä. Parhaimmillaan se on loppuun asti hiottu mainoslause, joka houkuttaa kävijää siirtymään sivustolle. Esimerkiksi ihonpuhdistus.html sivulla on seuraava description-määrite: ”Hoitolastamme saat perusteellisen ihonpuhdistuksen, oli Sinulla sitten ongelmia epäpuhtauksista, kiiltelystä, epämääräisistä näpyistä tai jopa aknesta. Teemme paljon ihonpuhdistuksia, ja saamme toivottuja ja näkyviä tuloksia aikaan. Ihonpuhdistus tehdään joko ultraäänellä, perinteisesti kuorimalla ja höyryttämällä tai yhdistämällä hionnan ja perinteisen ihonpuhdistuksen.”

### 5.3 Sivun kuvaus eli description-määrite

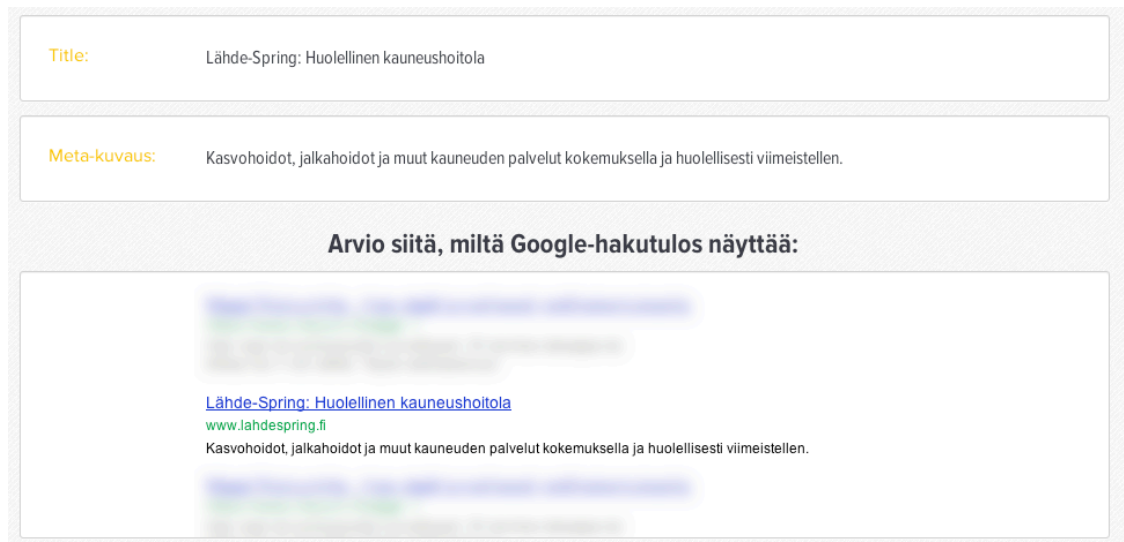
Sivua kuvaava description-sisällönkuvauskenttä antaa Googlelle ja muille hakukoneille yhteenvedon sivun sisällöstä. Sivun kuvaus sijoitetaan sivun metatietoihin <head> -osioon. Se ei näy sivustoa käyttävien asiakkaiden selaimessa. Hakukoneet osaavat lukea sivun kuvauksen. Sivun kuvaus ei edistä sivun sijoitusta hakutuloslistalla millään tavalla. Description-määrite on silti hyödyllinen, koska se saattaa näkyä Googlen hakutulossivulla sivua koskevan hakutuloksen otsikkolinkin seuraavan sivun kuvan numero 12 esimerkin mukaisella tavalla. (Juslen, 2014b.)

Miten sitten tulisi käyttää description-määrittettä? Jokaiselle sivulle tulee käyttää yksilöllistä kuvausta. Kun jokaisella sivulla on erilainen description-sisällönkuvauskenttä, auttaa se sekä Googlea että käyttäjiä valitsemaan oikean sivun. Kannattaa välttää seuraavia: 1) Description-sisällönkuvauskentän sisältö ei liity mitenkään sivun sisältöön. 2) Sisällönkuvauskentässä oleva kuvaus on yleispätevä, kuten ”Tämä on verkkosivu” tai ”Sivu kertoo kauneushoidosta”. 3) Sisällönkuvauskenttä on vain avainsanaluettelo. 4) Description-sisällönkuvauskenttään kopioidaan koko sivun sisältö. (Google, Hakukoneoptimointiopus 2011.)

```
<meta name="description" content="Kasvohoitoja löytyy paljon erilaisia eri ihotyypeille ja erilaisiin ihon tarpeisiin. Ihon kunto ja tarpeet muuttuvat vuodenaikojen mukaan ja siksi sanotaankin, että minimisuositus kasvohoidoille olisi, että jokaiselle vuodenaikalle olisi oma hoitonsa.">
```

Kuva 12. Lähde-Spring [www.lahdespring.fi/kauneushoitola/kasvohoito.html](http://www.lahdespring.fi/kauneushoitola/kasvohoito.html) -sivun description metatiedot, jotka kertovat sivun olennaisen sisällön.

Sivun title-tunnisteessa on yleensä vain muutama sana tai ilmaus, kun taas sivun description-sisällönkuvauskenttä voi sisältää pari lausetta tai lyhyen kappaleen. Description-sisällönkuvauskentät ovat tärkeitä, koska Google saattaa käyttää niitä sivujen katkelmina tai sitten Google saattaa käyttää osuvaa osaa sivun näkyvästä tekstistä, jos se sopii hyvin yhteen käyttäjän hakulausekkeen kanssa (katso kuva 13). Description-sisällönkuvauskentän lisääminen joka sivulle on aina suositeltavaa, koska Google ei välttämättä löydä hyvää tekstin osaa, jota käyttää katkelmana. (Google, Hakukoneoptimointiopus 2011.)



Kuva 13. Jos Google katsoo, että description-kuvauskenttä on sisällöltään aiheeseen parhaiten sopiva, se näyttää sen hakutuloksessa mustalla tekstillä. Google voi myös lainata tekstiä suoraan haetulta sivulta.

## 6 Avainsanat

Hakukoneystävällisten sivustojen ja sivujen luomisen takana piilee toinen kysymys: mihin hakuihin sivusto vastaa? Tämä on tärkeä ymmärtää, jotta löydetäisiin sivuston rakennusvaiheessa korostettavat avainsanat, mikä on erittäin tärkeä osa hakukoneoptimointia. Avainsanoja painotetaan niiden sijainnin perusteella. Esimerkiksi tärkeimmät avainsanat kannattaa sijoittaa sivun HTML-koodin <title>-elementtiin ja <h1>-otsikoihin. Joitakin samoja avainsanoja voidaan myös sisällyttää sivun metatietoihin, mutta metatiedot eivät ole hakukoneille niin merkittäviä kuin sivun varsinainen sisältö. (Davis 2007, 69.)

### 6.1 Avainsanojen valitseminen

Kun etsitään sopivia avainsanoja ja -lauseita, kannattaa kokeilla niitä. Kannattaa tehdä Google-hakuja suunniteltujen avainsanojen ja -lauseiden pohjalta. Vastaavatko Googlen palauttavat tulokset sitä, missä sivusto halutaan nähdä? Viime kädessä paras tapa arvioida menestystä on suhteellinen. On helppo havaita, miten muutokset vaikuttavat sijoi-

tuksiin hakutuloksissa. On myös tärkeä ymmärtää, että tietyn avainsanan menestysmahdollisuudet ovat kiinni avainsanasta. On hyvin epätodennäköistä nostaa sivusto kymmenen ensimmäisen hakutuloksen joukkoon vaikkapa ”Google”- ja ”Microsoft”-avainsanoilla. Huonona puolena tässä on, että on huomattavasti vaikeampaa pärjätä hyvin arvokkailla hakusanoilla, joten täytyy löytää sopiva rako: avainsanoja, joiden kanssa on mahdollisuus sijoittua hyvin, mutta jotka myös tuovat merkittävästi sivustoon liittyvää liikennettä. (Davis 2006, 69.)

Asiakkaani määritteli neljä tärkeintä avainsanaa, joita hän halusi erityisesti korostaa optimoinnissa: ihonpuhdistus, ultraäänipuhdistus, mikrohionta ja kasvohoito. Avainsanalla ihonpuhdistus Lähde-Springin sivusto sijoittuu ensimmäiselle Google-sivulle sijalle 8. Ultraäänipuhdistus Helsinki -hakusanayhdistelmällä Lähde-Spring sijoittuu ensimmäiseksi Googlessa. Mikrohionta-hakusanan kanssa optimointi on epäonnistunut. Google ei löydä sivua. Tämä voi johtua siitä, ettei sivulla ole kovin paljoa tekstiä. Lisäksi väliotsikoita ei ole koodattu <h2>-tagein. Kasvojen hionta -hakusanayhdistelmällä sivut löytyvät hyvin. Sijoitus on toisen Google-sivun yläreunassa. Yleisesti haettuna sanalla kasvohoito sivut löytyvät sivulta neljä Googlestä. Tarkempi määrite ”kasvohoito Helsinki” tuo hyvän sijoituksen: ensimmäiselle Google-sivulle paikalle neljä. ”Kauneushoitola Hakaniemi” tuo vielä paremman sijoituksen: ensimmäisen sivun paikalle kaksi (kuva 14), ja ”sokerointi Helsinki” -hakusanayhdistelmällä Lähde-Spring löytyy ensimmäiseltä sijalta (kuva 15). (testattu 14.4.2015)

Google

Verkkohaku Kartat Kuvahaku Ostokset Lisää ▾ Hakutyökalut

Noin 10 800 tulosta (0,30 sekuntia)

**Kauneushoitola Bon Salon - bonsalon.fi**

Mainos [www.bonsalon.fi/](http://www.bonsalon.fi/)

Modernia tunnelmaa henkivä hoitola Punavuoren sydämessä, tervetuloa!

**Kauneushoitola Helsinki - feetandsoul.fi**

Mainos [www.feetandsoul.fi/](http://www.feetandsoul.fi/)

Kasvo-, jalka- ja vartalohoidot Helsingin keskustassa. Varaa aika!

Yhteystiedot - Hieronnat - Ayurveda hoidot - Jalkahoidot

**Kauneushoitola Helsinki - siluettispa.fi**

Mainos [www.siluettispa.fi/](http://www.siluettispa.fi/) 09 25254200

SiluettiSpan **kauneushoitola** tarjoaa tuloksellista kauneudenhoitoa

**Etusivu | Beauty Sense Kauneushoitola**

[www.beautysense.fi/](http://www.beautysense.fi/)

Hakaniemestä löydät siistin ja miellyttävää ilmapiriä huokuvan ...

Kauneushoitolamme ammattitaitoisille kosmetologeille asiakkaiden tyytyväisyys on tärkein ...

Ajanvaraus - Hoidot - Yhteystiedot - Vahaukset

**Lähde-Spring: Huolellinen kauneushoitola**

[www.lahdespring.fi/](http://www.lahdespring.fi/)

Kauneushoitola Helsinki Hakaniemi. Kasvohoito, sokerointi, brasilialainen sokerointi, jalkahoito, geelikynnet, ripsien pidennys, kestopigmentointi, kestovärjäys ...

Kasvohoitoja mm ... - Sokerointi, karvanpoistot - Käsihoidot - Geelikynnet

**Kauneushoitola Helsinki**

[www.hoitola-aina.fi/](http://www.hoitola-aina.fi/)

Yksilöllistä ja kokonaisvaltaista kauneudenhoitoa. ma-la 10-20.

**beautycare**

[www.beautycare.fi/](http://www.beautycare.fi/)

SKY-Cidesco **kauneushoitola** Töölössä

Kasvo- ja vartalohoidot, sokerointi

Runeberginkatu 30, Helsinki

045 8860065

**Kauneushoitola Félicité**

[www.felicite.fi/](http://www.felicite.fi/)

045 1347143

Ihmisten huoltoasema

Helsingin Kalliossa

**Turun kauneushoitola**

[www.kauneushoitola-turku.com/](http://www.kauneushoitola-turku.com/)

Täyteainehoidot rypyille juonteille

Hampaiden laservalkaisu 150e

**kauneushoitola**

[www.beautifulwellness.fi/](http://www.beautifulwellness.fi/)

Kuva 14. Google-sijoitus hakusanayhdistelmällä ”Kauneushoitola Hakaniemi” Lähde-Spring tulee Googlen orgaanisessa haussa sijalle 2.

Google

Verkkohaku Kartat Kuvahaku Videot Ostokset Lisää ▾ Hakutyökalut

Noin 25 700 tulosta (0,11 sekuntia)

**Sokerointi tarjous Kamppi - gloryforyou.fi**

Mainos [www.gloryforyou.fi/](http://www.gloryforyou.fi/)

Kevät lähestyy- ihokarvojen poistot -20% myös vahalla p.045 841 42 42

**Kuoriudu Sokeroinnilla - Kuori talviturkki yltäsi - rosmarilla.fi**

Mainos [www.rosmarilla.fi/](http://www.rosmarilla.fi/)

Kaikki sokeroinnit -10% 15.3. asti. Varaa!

Palvelut ja hoito-ohjeet - Yhteystiedot - Ota yhteyttä - Rosmarillalaiset

**beautycare - beautycare.fi**

Mainos [www.beautycare.fi/](http://www.beautycare.fi/)

SKY-Cidesco kauneushoitola Töölössä Kasvo- ja vartalohoidot, **sokerointi**

**Sokerointi Helsinki, Hakaniemi | karvojenpoisto tai vahaus ...**

[www.lahdespring.fi/kauneushoitola/sokerointi\\_-\\_karvanpoisto.html](http://www.lahdespring.fi/kauneushoitola/sokerointi_-_karvanpoisto.html)

Teemme sokeroinnit Alexandrian **sokeroinnilla** joka on ensimmäinen ja alkuperäinen sokerimassa. **Sokerointi** eli karvojen poisto tai **vahaus** ovat parhaimmat ...

**Sokerointi Helsinki - Kauneushoitola Darina - bikini - säät ...**

[www.darina.fi/sokerointi/](http://www.darina.fi/sokerointi/)

**Sokerointi** on Hellävarainen ja tehokas tapa päästä häiritsevästä ihokarvoista. Tuloksena on terve, karvaton ja pehmeä iho. **Sokerointi** sopii kaikenlaisille ...

**Sokerointi - Kauneuskeskus Fenix**

[www.kauneuskeskusfenix.fi/sokerointi-bodysugaring.html](http://www.kauneuskeskusfenix.fi/sokerointi-bodysugaring.html)

**Sokerointi** on myös erinomainen vartalokuorinta ja se saa ihon tuntumaan silkiltä. Sokeri saa karvan ”pullahtamaan” ulos karvatupesta, aiheuttamatta vahinkoa ...

**Kauneushoitola Helsinki**

[www.siluettispa.fi/](http://www.siluettispa.fi/)

09 25254200

SiluettiSpan kauneushoitola tarjoaa tuloksellista kauneudenhoitoa

Pohjoisesplanadi 35, 6. krs, Helsinki

**Kauneushoitola Bon Salon**

[www.bonsalon.fi/](http://www.bonsalon.fi/)

Modernia tunnelmaa henkivä hoitola Punavuoren sydämessä, tervetuloa!

**Sokerointi**

[www.senses.fi/](http://www.senses.fi/)

Laadukkaat kauneuspalvelut.

Meiltä mm. brasilialainen **sokerointi**.

**Sokerointi**

[www.salonanna.fi/](http://www.salonanna.fi/)

040 8200184

Terve, karvaton ja pehmeä iho **sokeroinnilla**. Varaa aikasi!

Annankatu 28, Helsinki

**Salonas - kauneushoitola**

[www.salonas.fi/](http://www.salonas.fi/)

Nyt kaikki sokeroinnit

Kuva 15. Sokerointi Helsinki -hakusanoilla Lähde-Spring sijoittuu sijalle 1 Googlessa.



## 6.2 Avainsanojen sijoittaminen

Tekstin tulisi sisältää tärkeimmät valitut avainsanat mahdollisimman luonnollisella tavalla. Kannattaa ketjuttaa avainsanoja yhteen näin luoden yhtenäisiä lauseita. Kaikki sivulla oleva teksti ei ole yhtä tärkeää. Sen lisäksi, että sisällyttää avainsanoja sivun body-osaan ja metatietoihin yleisesti ottaen kannattaa yrittää sijoittaa avainsanat seuraaviin elementteihin, jotka on esitelty karkeassa tärkeysjärjestyksessä seuraavasti: 1) Sivun otsikko (title-tag): relevanttien avainsanojen laittaminen sivun HTML-koodin title-tagiin on luultavasti tärkein yksittäinen asia, minkä voi tehdä hakukoneoptimoinnin kannalta. 2) Otsikot: avainsanojen koodaaminen HTML:n otsikkotyyleihin, erityisesti `<h1>`-otsikoihin sivun yläosassa on äärimmäisen tärkeää. 3) Linkit: kannattaa käyttää avainsanoja mahdollisimman paljon `<a href="">...</a>`-linkkitagin välissä, jotka johtavat muille sivustoille tai oman sivuston sivuille. Kannattaa pyytää webmastereita, joiden sivustoilla on linkkejä sivustollesi, käyttämään avainsanoja aina, kun mahdollista. 4) Kuvat: käytä avainsanoja HTML-koodin `<img>`-kuvatagien alt-attribuuteissa. 5) Lihavointi: jos on olemassa järkevä syy siihen, niin kannattaa sisällyttää avainsanoja HTML:n lihavointitagien (`<b>...</b>`) väliin. Mitä ylempänä avainsanat sijaitsevat sivulla, sitä paremmin hakukoneet noteraavat ne (Davis 2006, 70-71).

Lähde-Springin sivustolla avainsanoja on sijoitettu järkevästi sivuille. Tärkeimmät avainsanat ovat pääotsikoissa (`<h1>`). Samoin kunkin sivun olennaisin hakusana toistuu tekstin seassa, usein juuri kappaleiden alussa. Lisäksi sanoja on riittävän paljon, muttei kuitenkaan liikaa suhteessa sivujen tekstiin kokonaisuutena. Esimerkiksi kasvohoito-hakusana esiintyy tiiviisti sivulla kasvohoito.html (katso kuva 4).

## 7 Sivun osoite eli URL-määrite ja sijainti

Jokaisella internet-sivulla on yksilöllinen URL-osoite (Uniform Resource Locator). URL-osoite kertoo sivun osoitteen internetissä. Kotisivun URL-osoite voi olla esimerkiksi `http://www.yritys.fi`. Sivustolla olevan yksittäisen alasivun URL voi puolestaan olla esimerkiksi `http://www.yritys.fi/esimerkkituote/`. Hakukoneet lukevat sivujen URL-osoitteet ja käyttävät niitä yhtenä keinona arvioida hakukoneen käyttäjän antaman

avainsanan ja löydetyn sivun yhteensopivuutta. Ongelmaksi saattavat muodostua julkaisujärjestelmät, joissa ei ole mahdollisuutta käyttää URL-osoitteiden uudelleenkirjoitus-toimintoa, jonka avulla järjestelmän tuottamat osoitteet muutetaan hakukoneiden ja ihmisten ymmärtämään muotoon (selkokieliset URL-osoitteet). (Juslen, 2014b.)

On tärkeää valita tarkasti internet-sivujen operaattori eli webhotelli (hosting company), jonne sivut sijoitetaan. Tulisi ottaa huomioon myös se, että voidaan kontrolloida HTML-koodia ja että toimija on luotettava. Myös domain-nimen valinta on merkittävä. Jos kävijä etsii esimerkiksi hierojaa ja sivun nimi sattuisi olemaan hieroja.fi, niin hakukone noteeraa sivuston sopivaksi hakutulokseksi. Jos URL-osoite koostuu useasta sanasta, tulisi sanat erottaa tavuviivalla, jotta hakukone lukisi ne eri sanoiksi. Kuitenkin domainin nimeä mietittäessä on tärkeää saada hyvä, lyhyt ja mieleenpainuva nimi, jotta kävijät muistaisivat nimen (vaikkakaan tällä ei ole merkitystä hakutulosten kannalta). Myös URL:n päätte on merkittävä. Meillä Suomessa .fi on halutuin ja maailmanlaajuisesti halutuin on .com. (Kent 2011, 100-101.)

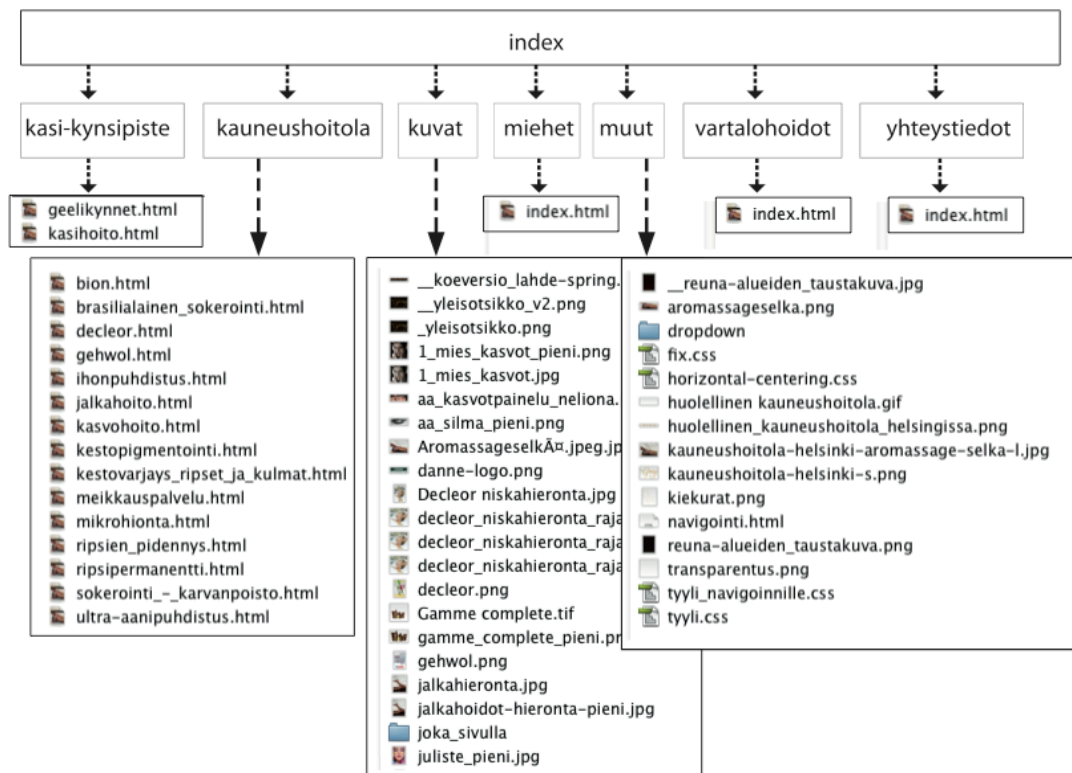
Minulla oli mahdollisuus vaikuttaa Lähde-Springin domain-nimeen. Aluksi yritys kirjoitti nimensä ilman väliviivaa. Niinpä oli luontevaa valita domain, jossa sanat oli yhteenkirjoitettu. Mainostamisen kannaltakin on ytimekkäämpää sanoa lahdespring.fi kuin lähde väliviiva spring.fi. Koska domain-nimessä ei ole viittausta kauneudenhoitoon, Google ei voi nimestä päätellä, mitä sivut sisältävät. Siksi sanojen erottumista toisistaan ei tarvitse korostaa väliviivalla. Näin myös sähköpostiosoitteet ovat selkeämmät. Sijoitimme sivut Planeetan webhotelliin. Se on kotimainen luotettava yritys. Hakukoneille on tärkeää, että sivut sijaitsevat hyvämaineisella palvelimella. Kannattaakin välttää halvimpia ulkomaisia palvelimia, jotka saattavat tarjota esimerkiksi pornosivustoja. Luotettavuus on tärkeä kriteeri hakukonenäkyvyydessä, joten sivuston sijainnillakin on väliä.

Sivun URL-osoitteen optimoinnilla on merkitystä, jotta saavutetaan parempaa hakukonenäkyvyyttä. Jokaiselle internetsivulle tulee muodostua selkokielinen URL-osoite. Sivun URL-osoitteen voi muodostaa suoraan sivun otsikosta, jolloin tärkeitä avainsanoja

tulee automaattisesti mukaan myös URL-osoitteeseen – edellyttäen tietysti, että otsikko on huolella mietitty! (Juslen, 2014b.)

Lähde-Spring-sivuilla rakenne on mietitty hyvin. Sivujen URL-tiedoksi saadaan kätevästi esimerkiksi seuraava: <http://www.lahdespring.fi/kauneushoitola/kasvohoito.html>. Koska sivuille on luotu kansio nimeltä kauneushoitola, jonka sisällä on kasvohoito.html-sivu, näin saadaan URL-tietoon tärkeitä hakusanoja, kuten määritteet kauneushoitola ja kasvohoito. Kuva 16 esittää tarkemmin Lähde-Springin sivujen rakennetta. Kaaviosta selviää, miten selkeästi asiat on nimetty ja kansioitu.

Lähde-Spring sivurakennekaavio

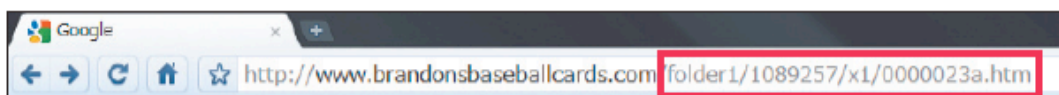


Kuva 16. Lähde-Springin www-sivun rakennekaavio. Sivurakenne on hyvin mietitty, sillä kansioiden avulla saadaan URL-tietoon tärkeitä hakusanoja, kuten kauneushoitola.

## 7.1 Helposti luettavat URL-osoitteet

URL-osoitteen sanat saattavat vedota hakijaan enemmän kuin tunnistenumero kuten ”www.brandonsbaseballcards.com /article/102125/”. Google on taitava lukemaan kaikenlaisia URL-rakenteita, vaikka ne olisivatkin monimutkaisia. Kannattaa kuitenkin käyttää hieman aikaa yksinkertaisten URL-osoitteiden laatimiseen. Näin helpottuu sekä käyttäjien että hakukoneiden toiminta. (Google, Hakukoneoptimointiopas 2011.)

Kuvaavien luokkien ja tiedostonimien keksiminen verkkosivuston asiakirjoille auttaa pitämään sivuston paremmin järjestyksessä ja voi myös auttaa hakukoneita lukemaan asiakirjoja paremmin. Näin muodostuu helpompia ja ”mukavampia” URL-osoitteita niille, jotka haluavat linkittää sisältöösi. Erittäin pitkät ja hämärät URL-osoitteet, jotka eivät koostu tunnistettavista sanoista, hämmentävät vierailijoita. Kuvassa 17 esimerkin (1) kaltaiset URL-osoitteet näyttävät sekavilta ja luotaantyöntävilä. Käyttäjien on hankalaa muistaa tällainen URL-osoite ulkoa tai linkittää siihen. Käyttäjät saattavat myös ajatella, että osa URL-osoitteesta on tarpeeton, erityisesti jos URL-osoitteessa on monta tunnistamatonta parametriä. He saattavat jättää osoitteesta osan pois ja näin särkeä linkin. Jotkut käyttäjät saattavat linkittää sivustoon käyttäen sivun URL-osoitetta ankkuritekstinä. Kun URL-osoite sisältää osuvia sanoja, saavat käyttäjät ja hakukoneet enemmän tietoa sivusta. Katso esimerkki (2) kuvasta 18. (Google, Hakukoneoptimointiopas 2011.)

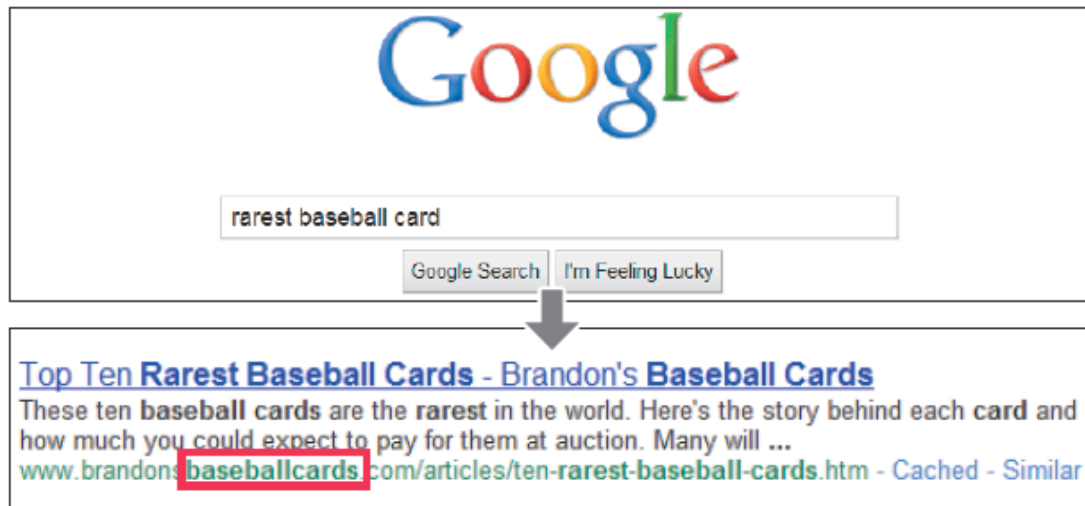


(1) Baseball-korttisivustomme erään sivun URL-osoite, jonka käyttäjät saattavat havaita hankalaksi.

Kuva 17. Esimerkki 1, yllä on ympyröity epäselvä URL-osoite, joka ei kuvaa mitään.



(2) Yllä olevat korostetut sanat voivat kertoa käyttäjälle tai hakukoneelle, mistä kohdesivu kertoo, ennen kuin he seuraavat linkkiä.



(3) Käyttäjä tekee haun [baseball cards] (baseball-kortit). Etusivumme esiintyy hakutuloksissa, ja URL-osoite lukee otsikon ja katkelman alla.

Kuva 18. Esimerkki 2, selkeä sivuja kuvaava URL-osoite, vastaa hyvin Google-hakua. Esimerkki 3 hakusanat näytetään lihavoituina myös URL-osoitteessa.

## 7.2 URL-osoitteet ja niiden sisältämät hakusanat hakutuloksissa

Web-sivun URL-osoite näytetään Google-hakutuloksen osana asiakirjan otsikon ja katkelman alla. Kuten otsikko ja katkelma, myös hakutuloksen URL-osoitteen sanat näkyvät lihavoituina, jos ne esiintyvät käyttäjän hakulausekkeessa. Katso esimerkit 2 ja 3 (kuva 18) baseball-korteista. (Google, Hakukoneoptimointiopas 2011.)

URL-osoitteet, jotka sisältävät sivuston sisältöä ja rakennetta kuvaavia sanoja ovat käyttäjäystävällisempiä sivuston vierailijoille. Vierailijat muistavat ne paremmin ja saattavat linkittää niihin helpommin. Kannattaa välttää näitä: 1) URL-osoite on pitkä ja siinä on

tarpeettomia parametrejä tai istuntotunnisteita. 2) Sivun nimet ovat yleispäteviä, kuten sivu1.html. (Google, Hakukoneoptimointiopus 2011.)

### 7.3 Yksinkertainen hakemistorakenne

Kannattaa käyttää hakemistorakennetta, joka järjestää sisällön hyvin ja jonka avulla vierailijoiden on helppo tietää, missä kohtaa sivustoa he ovat. On hyvä käyttää hakemistorakennetta kertomaan, minkä tyyppistä sisältöä kustakin URL-osoitteesta löytyy. Vältä rakenteessa useita sisäkkäisiä alihakemistoja, kuten ”.../hakem1/hakem2/hakem3/hakem4/hakem5/hakem6/sivu.html”, sillä hakemistonimet eivät liity mitenkään niissä olevaan sisältöön. (Google, Hakukoneoptimointiopus 2011.)

Hakemistorakenne muodostuu siis internet-sivuston sisältämistä kansioista. On hyvä nimetä kansiot kuvainnollisesti vastaamaan sisältöä. Näin saadaan selkeäkielisiä hakemistorakenteita. Esimerkiksi kuvat kannattaa sijoittaa kuvat-nimiseen kansioon. Selkeä rakenne auttaa hahmottamaan internet-sivuja. Niitä on myös helpompi päivittää, koska HTML-koodi pysyy siistinä ja helppolukuisena. Lähde-Spring-sivuston rakenne on hyvin suunniteltu. Kuvassa 16 näytetään ensin index-sivu. Sen alla ovat kansiot, joihin index-sivun linkit johtavat. Kansioista lähtevät nuolet kertovat, minkälaisia html-sivuja tai kuvatiedostoja kyseiset kansiot sisältävät.

## 8 Navigointi

Verkkosivuston navigoinnin avulla vierailijat löytävät nopeasti haluamansa sisällön. Se auttaa myös hakukoneita ymmärtämään, mikä sisältö on verkkovastaavan mielestä tärkeää. Vaikka Google-hakutulokset annetaan sivukohtaisina, Google haluaa tietää, missä osassa sivu on sivuston kokonaiskuvassa. (Google, Hakukoneoptimointiopus 2011.)

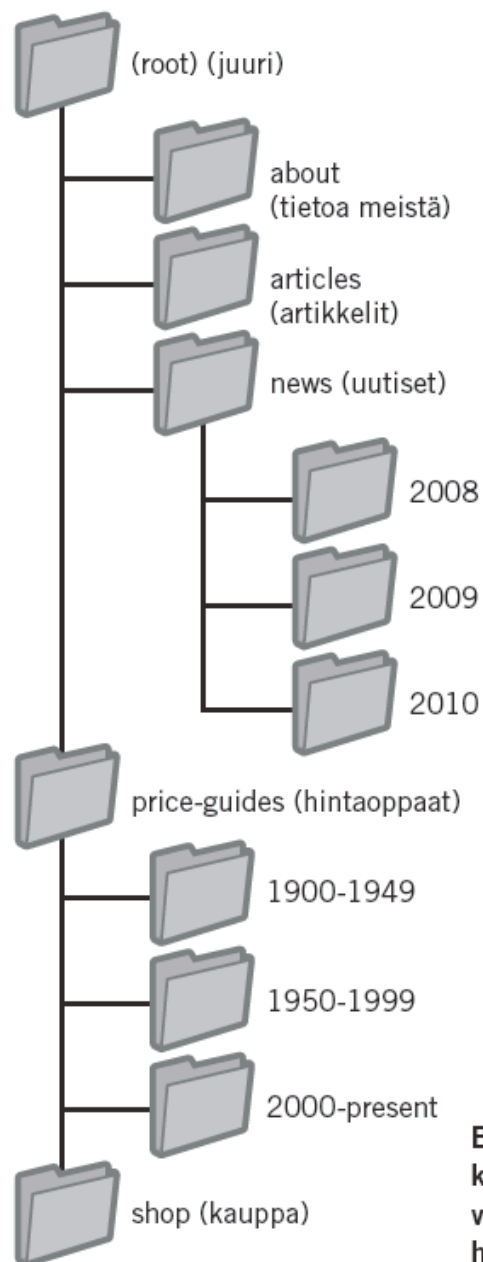
## 8.1 Navigaatio näkyvässä muodossa

Google ei pysty hahmottamaan sivuston rakennetta, mikäli navigaatio on luotu näkymättömäksi. Googlelle näkymätön navigointipalkki on kuvista muodostuvat linkit tai esimerkiksi Java-Scriptillä luodut navigaatiot. Paras navigaatiotyyli on luotu selkeällä HTML-koodilla. Kannattaa myös ajatella käyttäjää ja sijoittaa navigaatio sekä sivun yläettä alareunaan. Navigaatioon kannattaa sisällyttää avainsanoja. (Kent 2011, 122-123.)

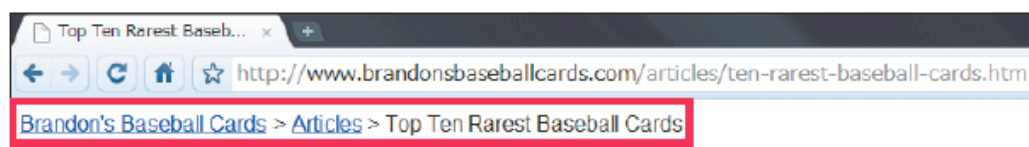
## 8.2 Navigaatio sivuston mukaan

Kaikilla sivustoilla on etu- tai ”juuri”-sivu, jolla yleensä vieraillaan eniten, ja se on monen vierailijan navigoinnin aloituspiste. Jos sivut koostuvat useasta sivusta, kannattaa miettiä, miten vierailijat siirtyvät pääsivulta (juurisivulta) tarkempaa tietoa sisältävälle sivulle. Onko sivuilla riittävästi tiettyä aihetta käsitteleviä sivuja, jotta olisi järkevää luoda näitä toisiinsa liittyviä sivuja kuvaileva sivu (esim. juurisivu -> yhteen liittyvien aiheiden luettelo -> tarkempi aihe)? Onko sivuilla satoja eri tuotteita, jotka täytyy luokitella useisiin luokka- ja alaluokkasivuihin? Helppokäyttöisyys tulee varmistaa linkkipolkujen avulla. Linkki- eli murupolku on sivun ylä- tai alakulmassa oleva sisäinen linkkijono, joka auttaa käyttäjiä navigoimaan nopeasti esimerkiksi edelliseen osioon tai etusivulle (kuva 19). Useimmiten linkkipolut listaavat yleisimmän sivun (usein kotisivu) ensimmäisenä, vasemmanpuoleisena linkkinä ja syvemmät aihekohtaiset sivut sen oikealla puolella. (Google, Hakukoneoptimointiopas 2011.)

Lähde-Spring-sivustolla ei ole erikseen navigointirakennetta esillä. Sivut ovat niin suppeat ja selkeät, etteivät ne mielestäni kaipaakaan erillistä hakemistoa. Päänavigaatio sivuston ylälaidassa pysyy paikallaan läpi sivuston. Kehitysideana voisi tosin jatkossa näyttää sivun yläreunassa linkkipolun, joka kuvaisi, millä sivulla käyttäjä milloinkin on. Näin käyttäjä voisi liikkua sivulta toiselle myös linkkipolun kautta. Tämä helpottaisi hahmotamista.



**Baseball-kortteja**  
 käsittelevän pienen  
 verkkosivustomme  
 hakemistorakenne.



(1) ) Linkkipolku, joka näkyy sivuston syvemmällä artikkelisivulla.

Kuva 19. Esimerkki navigoinnin rakenteesta.



## 9 Linkit

Sivuston linkeillä on erittäin tärkeä merkitys siinä, miten Google ja muut hakukoneet rankkaavat sivuston. Linkit voi luokitella sisään tuleviin (inbound links), ulos lähteviin (outbound links) ja sivuston sisäisiin linkkeihin (cross links). Sisään tulevat linkit johtavat joltakin muulta sivustolta kyseiselle sivustolle. Ulos lähtevät linkit vievät sivuston sivulta jonnekin muualle internetissä sijaitsevalle sivustolle. Sivuston sisäiset linkit kuljettavat sivulta toiselle sivuston sisällä. Hakukoneelle on hyvin tärkeää, ettei yksikään sivuston linkki ole katkennut. (Davis 2006, 65-68.)

### 9.1 Sisään tulevat linkit

Mitä enemmän sisään tulevia linkkejä on, sen parempi, kunhan nuo linkit eivät tule linkkifarmeilta tai linkinvaihtosivustoilta. Kun ymmärtää tämän ns. ”tuhmilta sivustoilta” tulevien linkkien varoituksen, sisään tulevia linkkejä ei voi koskaan olla liikaa. Sitä parempi, mitä suositumpia ja siten korkeammalle sijoittuneita sivustot ovat, joilta sisään tulevat linkit lähtevät. (Davis 2006, 65-68.)

### 9.2 Ulos lähtevät linkit

”Kohtuus kaikessa” -sanonta on todella osuva, mitä ulos lähteviin linkkeihin tulee. Syy on tässä: sivuille halutaan jonkin verran arvostettuja ulos lähteviä linkkejä, koska ne kasvattavat sivuston uskottavuutta ja tarjoavat hyödyllistä palvelua kävijöille. Loppujen lopuksi osa internetin ideaa on, että se on tapa linkittää tietoja, ja on täysin turhaa väittää, että kaikki hyvä informaatio löytyy omilta sivuilta. Sen vuoksi aiheeseen liittyvät ulos lähtevät linkit ovat itsessään arvokasta sisältöä. Joka kerta, kun sivusto tarjoaa ulos lähtevän linkin, on olemassa mahdollisuus, että kävijät surffaavat sen kautta pois sivustolta. Tilastollisesti ajatellen tämä mahdollisuus vähentää sivuston suosiota, ja Google miinustaa rankkauksesta pisteitä, jos sivustolle on laitettu liian paljon ulos lähteviä linkkejä. Erityisesti rangaistaan sivuista, jotka ovat pohjimmiltaan ulos lähtevien linkkien listoja. (Davis 2006, 65-68.)

### 9.3 Sivuston sisäiset linkit

Sivuston sisäiset linkit ovat kävijöille tärkeitä, koska niiden avulla löytyy hyödyllistä, aiheeseen liittyvää sisältöä. Navigoinnin näkökulmasta päämääränä on, että käyttäjän pitäisi voida helposti selata läpi kaikki samaan aiheeseen liittyvä informaatio. Haku-koneoptimoinnin näkökulmasta sivuston tulisi sisältää mahdollisimman paljon sisäisiä linkkejä. Järkevien sisäisten linkkien käyttämisessä ei ole huonoja puolia, ja siinä on monia hyviä puolia. Tehokas sisäinen linkitys esimerkiksi pitää lukijat pidempään sivustolla (sen sijaan, että he ajautuisivat muualle, koska eivät löydä etsimäänsä sivustoltasi). (Davis 2006, 65-68.)

Lähde-Spring-sivustolla ei ole ulkoisia linkkejä. Sisääntulevat linkit ovat lähinnä Fonecan kaltaisten yhteystietosivustojen linkkejä. Lähde-Springin sisäiset linkit on selkeästi esitelty index-sivulla. Näin kävijät löytävät nopeasti itseään kiinnostavat palvelut.

## 10 Johtopäätökset

Optimointi oli mielenkiintoinen tehtävä. Lähde-Springin sivusto oli selkeä ja sopivanlaajuinen. Sivut sisältävät paljon tekstiä, mikä on optimoinnin kannalta hyvä asia. Työ oli mielekäs tehdä. Asiakas antoi hakusanaluettelon tärkeistä hakusanoista, jota yhdessä analysoitiin ja kehitettiin. Näiden löydettävyyttä Googlesta haluttiin korostaa, joten lisäsin html-koodiin title-, keywords- ja description-määritteet. Näissä määritteissä korostin haluttuja avainsanoja. Lisäksi käsiteltiin sivujen tekstiä niin, että avainsanat löytyivät otsikoista ja kappaleiden aluista. Kuvien alt-attribuutit muutettiin vastaamaan kuvien sisältöä. Kaiken kaikkiaan sivujen kokonaisvaltaisella optimoinnilla saatiin parannettua sivujen sijoitusta Googlessa. Monesti sivut löytyivät paremmin, jos hakuun lisättiin sijaintimäärite, kuten Helsinki tai Hakaniemi. Ennen optimointia sivut eivät oikein löytyneet Googlesta. Optimoinnin jälkeen sivut sijoittuivat parhaimmillaan ensimmäiselle sivulle, välillä jopa sijalle yksi. Sana mikrohionta ei kuitenkaan tuottanut haluttua sijoitusta Googlessa. Tämän optimointia tulee vielä tarkentaa. Olen tuloksiin koko-

naisuudessaan erittäin tyytyväinen, sillä yleisesti ottaen hakutulokset paranivat merkittävästi Googlessa optimoinnin seurauksena.

Sivusto koki ulkoasu-uudistuksen optimointini jälkeen (syksyllä 2014). Asiakas ei halunnut menettää optimoinnilla saavutettua etua Googlessa, minkä takia uudistus tehtiin vanhaa pohjaa käyttäen. Näin ei sivujen rakenne eivätkä html-osoitteet muuttuneet, eli Google-sijoitukset pysyivät ennallaan.

Jatkoa ajatellen sivustoa voisi edelleen kehittää. Kaikilla sivuilla näkyvä sisäisten linkkien yläpalkki on hivenen sekava. Siinä eri linkit eivät jäsenny selkeästi. Tämän kehittäminen olisi jatkossa järkevää. Esimerkiksi pudotusvalikot voisivat selkeyttää linkitystä. Näin saataisiin sivuston sisältö paremmin hahmottumaan sivuston käyttäjille. Sivuille voisi myös laittaa linkit edustettujen tuotteiden valmistajien sivuille. Näin saataisiin arvostettuja ulkoisia linkkejä. Yksi lisäkehitysidea olisi tehdä sivustosta responsiivinen. Näin sivut olisivat helpommin käytettävissä mobiililaitteillakin.

Sivuja optimoidessa ja tuloksia analysoidessa korostui hyvin pitkäjänteisen työn merkitys. Sivujen optimointi on prosessi, joka elää koko ajan. Tämä työ ei koskaan valmistu, vaan sitä tulisi jatkaa koko ajan sivujen muun kehityksen rinnalla. Asian tutkiminen kehitti taitojani optimoinnista. Teoria tuki hyvin käytännön prosessia, joka sujui kokonaisuutena hyvin. Tulokset olivat toivotun suuntaiset, ja asiakas vaikutti tyytyväiseltä prosessiin. Uskon, että opinnäytetyöstäni on hyötyä uusia sivuja suunniteltaessa ja vanhoja kehitettäessä. Optimoinnilla voi erottua edukseen hakukoneissa ja näin saavuttaa sivuille enemmän kävijöitä ja yritykselle näkyvyyttä. Optimointi on hyvä sijoitus.

Tämä opinnäytetyö keskittyi html-pohjaisten verkkosivujen optimointiin. Jatkotutkimuskohteena voisi olla tietokantapohjaisten verkkosivujen optimoinnin tutkiminen.

## Lähteet

Davis Harold, 2006, Google: kuinka varmistat verkkonäkyvyytesi, Helsinki, readme.fi

Engel Eric, Spencer Stephan, Stricchiola Jessie, Fishkin Rand, 2012, The Art of SEO, Sebastopol (CA), O'Reilly Media Inc.

Google, Hakukoneoptimointiopas 2011, verkkodokumentti:

<http://static.googleusercontent.com/media/www.google.fi/fi/intl/fi/webmasters/docs/search-engine-optimization-starter-guide-fi.pdf>, Luettu 20.3.2014

Grappone Jennifer, Couzin Gradiva, 2011, Search Engine Optimization, an hour a day, Indiana, Wiley Publishing, Inc.

Hakukoneoptimointiopas.com, 2014 verkkodokumentti:

<http://www.hakukoneoptimointiopas.com/miten-optimoida-verkkosivut>, Luettu 17.3.2014

Johnston Steve, McGee Liam, 2010, 50 Ways to Make Google Love Your Website, London, Random House Business Books

Juslen Jari, 2014a, Sisältö on hakukoneoptimoinnin tärkein väline, verkkodokumentti:

<http://www.markkinointia.fi/palvelut/hakukonemarkkinointi/sisalto.html>, Luettu 17.3.2014

Juslen Jari, 2014b, Hakukoneoptimointi | Yksittäisten sivujen optimointi, verkkodokumentti:

<http://www.markkinointia.fi/palvelut/hakukonemarkkinointi/sivujen-optimointi.html>, Luettu 17.3.2014

Kent Peter, 2011, Search Engine Optimization for dummies, Indiana, Wiley Publishing, Inc.

StatCounter, 2015, verkkodokumentti:

[http://gs.statcounter.com/#search\\_engine-FI-monthly-201401-201412-bar](http://gs.statcounter.com/#search_engine-FI-monthly-201401-201412-bar), Luettu 12.4.2015

Williams Dr Andy, 2014, SEO 2014 & Beyond, Search Engine Optimization will never be the same again! USA: Lexington, KY

